

По договору между издательством «Символ-Плюс» и Интернет-магазином «Books.Ru – Книги России» единственный легальный способ получения данного файла с книгой ISBN 978-5-93286-116-5, название «Дизайн для *НЕ*дизайнеров» – покупка в Интернет-магазине «Books.Ru – Книги России». Если Вы получили данный файл каким-либо другим образом, Вы нарушили международное законодательство и законодательство Российской Федерации об охране авторского права. Вам необходимо удалить данный файл, а также сообщить издательству «Символ-Плюс» (piracy@symbol.ru), где именно Вы получили данный файл.

The Non-Designer's Design Books

2nd edition

Robin Williams



Дизайн для *НЕ*дизайнеров

Робин Вильямс



*Санкт-Петербург — Москва
2008*

Серия «Библиотека дизайнера»

Робин Вильямс

Дизайн для НЕдизайнеров

Перевод В. Овчинникова

Главный редактор	<i>А. Галунов</i>
Выпускающий редактор	<i>Л. Пискунова</i>
Редактор	<i>Е. Бекназарова</i>
Корректор	<i>Е. Тульсанова</i>
Верстка	<i>Н. Пискунова</i>

Вильямс Р.

Дизайн для НЕдизайнеров. – Пер. с англ. – СПб: Символ-Плюс, 2008 – 192 с., ил.

ISBN13: 978-5-93286-116-5

ISBN10: 5-93286-116-9

Вы держите в руках замечательное пособие для тех, кто не является профессиональным дизайнером, но вынужден время от времени заниматься созданием различных образцов «дизайнерского искусства». Речь идет о визитных карточках, фирменных бланках и конвертах, флаерах, буклетах, информационных бюллетенях, открытках, рекламных модулях и многом другом. Здесь вы найдете множество примеров хорошего и плохого дизайна, а также четыре основных правила, соблюдая которые, вы преуспеете в создании привлекательных документов. Автор приводит базовую классификацию шрифтов, популярно объясняя их главные отличия и принципы совместного использования. Материал книги снабжен тестовыми заданиями, выполняя которые вы сможете закрепить полученные знания.

Как правильно расположить текст? Как выбрать шрифт, чтобы ваше объявление заметили? На эти и многие другие вопросы вы найдете ответ в этой книге.

ISBN13: 978-5-93286-116-5

ISBN10: 5-93286-116-9

ISBN 0-321-19385-7 (англ)

© Издательство Символ-Плюс, 2008

Authorized translation from the English language edition, entitled NON-DESIGNER'S DESIGN BOOK, THE, 2nd Edition, ISBN 0321193857, by WILLIAMS, ROBIN, published by Pearson Education, Inc, publishing as Peachpit Press, Copyright © 2004 by Robin Williams.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission permission from Pearson Education, Inc. Russian language edition published by SYMBOL-PLUS PUBLISHING LTD, Copyright © 2008.

Все права на данное издание защищены Законодательством РФ, включая право на полное или частичное воспроизведение в любой форме. Все товарные знаки или зарегистрированные товарные знаки, упоминаемые в настоящем издании, являются собственностью соответствующих фирм.

Издательство «Символ-Плюс». 199034, Санкт-Петербург, 16 линия, 7,
тел. (812) 3245353, www.symbol.ru. Лицензия ЛП N 000054 от 25.12.98.

Подписано в печать 27.04.2008. Формат 70x100 1/16. Печать офсетная.

Объем 12 печ. л. Тираж 3000 экз. Заказ N

Отпечатано с готовых диапозитивов в ГУП «Типография «Наука»
199034, Санкт-Петербург, 9 линия, 12.



Мы наблюдаем беспрецедентный рост количества печатных материалов, и автор каждой книги, статьи, буклета или рекламного объявления рассчитывает на свою долю читательского интереса. Все, что имеет значение, должно быть представлено с очевидной ясностью – этого хотят издатели и, что еще важнее, читатели. Они не станут тратить время на чтение, если материал плохо напечатан или скверно сверстан, – от печатных работ требуется ясность и гармоничность, так как это облегчает их понимание. Вот почему важная часть сообщения должна выделяться, а все второстепенное – служить ей фоном...

Необходимо адаптировать современные технологии изготовления шрифтов к ускорению ритма жизни. Мы не можем тратить на оформление письма или другую мелкую работу столько же времени, сколько тратили сорок лет назад.

– Ян Чихольд (*Tschichold, Jan*), 1935

Оглавление

Для вас ли эта книга	11
Мини-словарь	12

ПРАВИЛА ДИЗАЙНА

1	Прозрение под деревом Иисуса	13
	Четыре основных принципа	15
	<i>Контраст</i>	
	<i>Повтор</i>	
	<i>Выравнивание</i>	
	<i>Приближенность</i>	
2	Приближение	17
	В заключение о приближенности	32
	<i>Главная цель</i>	
	<i>Как применять принцип приближенности</i>	
	<i>Чего следует избегать</i>	
3	Выравнивание	33
	В заключение о выравнивании	50
	<i>Главная цель</i>	
	<i>Как применять выравнивание</i>	
	<i>Чего избегать</i>	
4	Повтор	51
	В заключение о повторе	64
	<i>Главная цель</i>	
	<i>Как применять повтор</i>	
	<i>Чего избегать</i>	

5	Контраст	65
	В заключение о контрасте	80
	<i>Главная цель</i>	
	<i>Как реализовать контраст</i>	
	<i>Чего следует избегать</i>	
6	Обзор	81
	Приближенность	82
	Выравнивание	83
	Повтор	84
	Контраст	85
	<i>Короткий тест №1. Принципы дизайна</i>	
	<i>Короткий тест №2. Редизайн рекламы</i>	
	Заключение	88
7	Секреты и хитрости	89
	Разработка фирменного стиля	90
	Визитные карточки	91
	Фирменный бланк и конверты	95
	Флаеры	99
	Информационные бюллетени	103
	Буклеты	107
	Открытки	111
	Газетная реклама	115
	Веб-сайты	119

Шрифтовой дизайн

8 Шрифт 125

Гармония	126
Конфликт	128
Контраст	130
В заключение	132

9 Категории шрифтов 133

Старый стиль	134
Современный шрифт	135
Брусковый шрифт	136
Рубленный шрифт	137
Рукописный шрифт	139
Декоративный шрифт	140
Будьте осторожны	141

Короткий тест №3. Типы шрифтов

*Короткий тест №4. Переход от основной
линии штриха к соединительной*

Короткий тест №5

Заключение	144
------------------	-----

10 Шрифтовой контраст 145

Размер	146
Насыщенность	150
Структура	154
Форма	158
Направление	162
Цвет	166
Комбинирование типов контраста	172
Резюме	173

Короткий тест №6. Контраст или конфликт

Короткий тест №7. Советы и запреты

Сочетание контрастов

Приложения

11 **Все ли вы поняли** **177**

Процесс	178
Упражнение	179
Отлично – переоформите-ка это!.....	180

12 **Ответы к тестам** **181**

13 **Ресурсы** **185**

Журналы
Сайты
Дизайн
Типографика
Концептуальные книги

14 **Шрифты в этой книге** **187**

Алфавитный указатель **191**

Ну как, подойдет?

– Эдвард Готтшалль (*Edward Gottschall*)

Это омерзительно.

– Герб Любалин (*Herb Lubalin*)

Для вас ли эта книга

Я адресую эту книгу тем, кто по роду своей деятельности занимается оформлением текста, но не имеет соответствующего опыта и специального образования. Я говорю не о создателях красивых упаковок или буклетов, а о секретарях, которых просят «святить» информационный бюллетень; небольших фирмах, изготавливающих рекламные материалы своими силами; студентах, осознавших, что хорошее оформление работы нередко позволяет получить более высокую оценку; специалистах, понявших, что красивая презентация вызывает большее уважение; учителях, знающих, что правильно поданный материал лучше усваивается; специалистах по статистике, для которых не секрет, что числа и графики можно оформить так, чтобы они располагали к чтению, а не усыпляли, и т. д. и т. п.

Предполагается, что у вас нет времени или желания изучать дизайн и типографику, но вы хотите научиться создавать более привлекательные документы. Весь секрет в старом как мир тезисе: знание – сила! Большинство из нас способны увидеть, что страница оформлена плохо, но не знают, как это исправить. Я сформулирую четыре главных правила, которым соответствует практически каждый красиво оформленный документ. Эти правила точны и понятны. Зная их, нетрудно понять, применялись ли они при создании документа. *Если задача поставлена, то найдется и решение.*

Эта книга не заменит вам четырехгодичный курс обучения дизайну в специализированном учебном заведении. И я не утверждаю, что после ее прочтения вы автоматически станете блестящим дизайнером. Но вы никогда уже не посмотрите на страницу прежним взглядом. И я гарантирую, что выполнение этих главных правил сделает ваши работы более профессиональными, аккуратными, цельными и интересными, а границы ваших возможностей расширятся.

С улыбкой,



Мини-словарь

Базовая линия, или **линия шрифта** (baseline) – это невидимая линия, на которой лежат литеры (см. с. 144).

Основной текст (body copy, body text), иногда называемый **обычным текстом**, или просто **текстом**, – обозначает основной блок текста на странице, в отличие от заголовков, подзаголовков, рубрик и т. д. Основной текст обычно набирается шрифтом высотой от 9 до 12 пунктов.

Маркер абзаца (bullet), называемый также «буллитом», – представляет собою символ, употребляемый для обозначения элемента маркированного списка (аналогично числам в нумерованных списках) или для разделения слов. Стандартный маркер абзаца выглядит так: •.

Декоративные символы (dingbats), например ■, ❖, ✓, ✎, ♥, – предназначаются для украшения публикации. Из таких символов состоят, в частности, шрифты ZapfDingbats и Wingdings.

Элементы – отдельные объекты, размещенные на странице. Элементом может быть строка текста, иллюстрация или группа объектов, расположенных настолько тесно, что они воспринимаются как одно целое. Пробегитесь взглядом по странице и сосчитайте, сколько раз вы остановитесь, чтобы рассмотреть отдельные объекты, – это и будет количество элементов.

Сплошной текст (extended text) – это основной текст (см. выше), но в больших количествах, например в книге или длинном отчете.

Взгляд (направление взгляда) – говоря о взгляде, я имею в виду глаза читающего как самостоятельный орган. Вы можете определить путь глаза по странице (направление взгляда), поэтому должны лучше понимать, как именно глаза осматривают страницу.

Если сказано, что текст **выровнен по ширине** (justified), это означает его одновременное выравнивание по левому и правому краям.

Линейка (rule) – прямая линия, например та, что подчеркивает заголовки «Мини-словарь».

Белое пространство (white space) – часть страницы, не занятая текстом или графикой. Его можно назвать и «пустым» пространством. Новички побаиваются таких пустот, а профессионалы применяют щедро.

Замкнутое белое пространство (trapped white space) – это белое (пустое) пространство, со всех сторон окруженное элементами страницы (текстом или фотографиями).

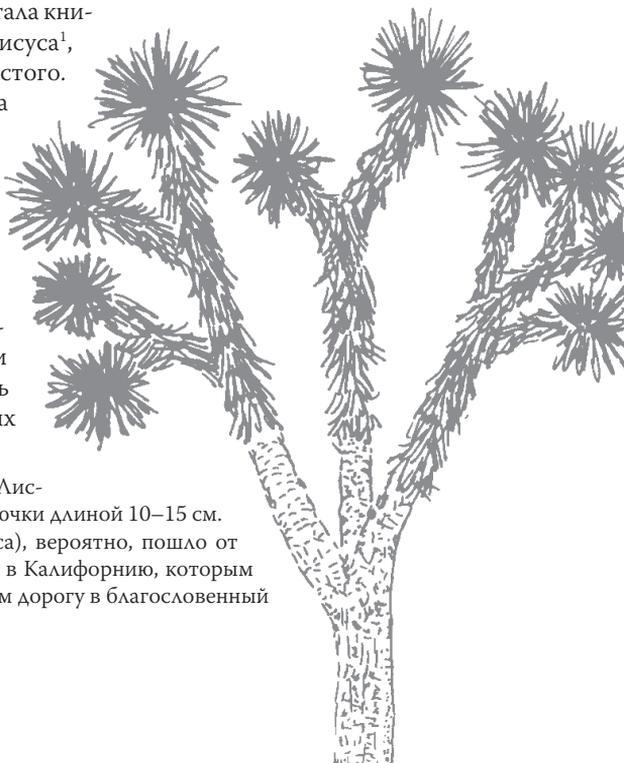
Прозрение под деревом Иисуса

В этой короткой главе четыре базовых принципа дизайна рассмотрены с общих позиций, а в следующих главах мы разберем каждый из них подробно. Но сначала я расскажу небольшую историю, благодаря которой поняла, как важно уметь придумывать имена тому, что видишь вокруг. Ведь ключ к подчинению этих принципов состоит именно в том, чтобы их сформулировать.

Много лет назад мне подарили на Рождество книгу с описаниями пород деревьев. В тот вечер, открыв все подарки, я решила прогуляться и посмотреть, какие деревья растут в окрестностях родительского дома. Прежде чем выйти, немного полистала книгу. Первым в ней было дерево Иисуса¹, потому что узнать его проще простого. Надо сказать, что дерево Иисуса имеет весьма причудливый вид, и, посмотрев на картинку, я подумала: «В Северной Калифорнии такие деревья не растут. Оно *очень* странное. Я бы узнала его сразу, хоть никогда раньше и не видела».

Итак, я вышла на улицу. И во дворах четырех соседних домов росли деревья Иисуса. Я прожила здесь 30 лет, но ни разу не обратила на них

¹ Юкка коротколистная (Joshua tree). Листья представляют собой острые колючки длиной 10–15 см. Название Joshua tree (дерево Иисуса), вероятно, пошло от мормонов, переселявшихся из Юты в Калифорнию, которым казалось, что сам Иисус указывает им дорогу в благословенный край. – *Примеч. перев.*



внимания. И не только в нашем тупике, но и по всему кварталу у процентов восьмидесяти домов были посажены деревья Иисуса, – не иначе как в питомнике была распродажа, когда местные жители украшали свои дворы зелеными насаждениями. *А я их до этого вообще не замечала!* Но когда я узнала о существовании этого дерева, то стала замечать его всюду. Это и есть моя главная мысль: мы осознаем, что нечто существует, если знаем, как оно называется. У нас появляется власть над этим нечто. Оно наше и подчиняется нам.

Сейчас вы узнаете, как формулируются некоторые принципы дизайна, и получите власть над страницами своих публикаций.

Хороший дизайн – это так же просто, как 1–2–3

1. Выучите правила.

Они проще, чем можно подумать.

2. Если вы их не соблюдаете, отдайте себе в этом отчет.

Сформулируйте их, чтобы обозначить проблему.

3. Примените правила.

Результаты вас поразят.

Хороший дизайн – это так же просто, как...

1 Выучите правила.

Они проще, чем можно подумать.

2 Если вы их не соблюдаете, отдайте себе в этом отчет.

Сформулируйте их, чтобы обозначить проблему.

3 Примените правила.

Результаты вас поразят.

Четыре основных принципа

Ниже представлены краткие описания основных принципов дизайна, которые видны в каждом образце успешного дизайна. Каждый из этих принципов я рассматриваю отдельно, но помните, что они взаимосвязаны. Вам редко доведется применить какой-то один из них.

Контраст

Смысл этого принципа состоит в том, чтобы не располагать рядом друг с другом *похожие* элементы. Если элементы просто *неодинаковы* (отличаются гарнитурой, цветом, размером, толщиной линий, формой и т. д.), необходимо сделать их **очень разными**. Контраст нередко является самым сильным визуальным средством привлечения внимания – именно он заставляет читателя посмотреть на страницу.

Повтор

Визуальные элементы дизайна (цвета, фигуры, текстуры, пространственные пропорции, толщина линий, концептуальные решения) должны повторяться. Это структурирует работу и усиливает ее стилистическую целостность.

Выравнивание

Ни один элемент страницы не должен занимать случайное место. Каждый нуждается в визуальной связи с соседними. Благодаря этому страница выглядит ясно, утонченно и свежо.

Приближенность

Связанные между собой элементы следует группировать. Тогда они образуют один визуальный элемент, а не рассеиваются по странице. Это помогает организовать информацию, уменьшая беспорядок и помогая читателю увидеть структуру документа.

М-да...

Выбирая четыре главных принципа в бесконечном лабиринте теории дизайна, я надеялась найти для их обозначения подходящий и запоминающийся акроним, который был бы созвучен их сути. Акроним обнаружился, хотя и запоминающийся, но совсем неподходящий. CRAP – Contrast, Repetition, Alignment, Proximity – Контраст, Повтор, Выравнивание, Приближенность. Извините...

Хорошо поданное сообщение

так же

Возбуждает,

как черный кофе...

и точно так же

еще долго

не дает

заснуть.

Энн Морроу Линдберг (ANNE MORROW LINDBERGH)

Приближение

В работах малоопытных дизайнеров страницы очень часто затянуты сплошной пеленой текста и рисунков, не оставляющей ни одного свободного уголка или просвета. Такое ощущение, что они боятся белого пространства. Элементы дизайна разбросаны, страница выглядит неряшливо, и читателю нелегко добраться до полезной информации.

Принцип приближенности (приближения) гласит: *связанные элементы необходимо объединять в группы*, физически располагать по соседству друг с другом, чтобы они воспринимались как единое целое, а не как скопление артефактов.

Элементы или их группы, *не имеющие отношения друг к другу, не должны* находиться рядом, т. к. взаимное расположение элементов формирует у читателя представление о структуре страницы и ее содержимом.

Этот принцип иллюстрируется очень простым примером. Что можно сказать о цветах, перечисленных в списке слева? Вероятно, у них есть что-то общее, правда? А о цветах в списке справа? Судя по расположению элементов, четыре последних чем-то отличаются. Это вы понимаете *сразу*. Причем на подсознательном уровне. Вы *знаете*, что последние четыре цветка чем-то отличаются, *потому что от остального списка они отделены физически*. Это и есть принцип приближенности – на странице (как и в жизни) физическая близость подразумевает отношения.

Мои любимые цветы

Ноготки
Анютины глазки
Рута
Жимолость
Ромашки
Первоцвет
Садовая гвоздика
Примула
Фиалки
Полевая гвоздика

Мои любимые цветы

Ноготки
Анютины глазки
Рута
Жимолость
Ромашки
Первоцвет
Садовая гвоздика
Примула
Фиалки
Полевая гвоздика

А теперь взгляните на визитку. Сколько отдельных элементов вы видите на этом небольшом пространстве? Сколько раз ваш взгляд остановился, когда вы ее рассматривали?

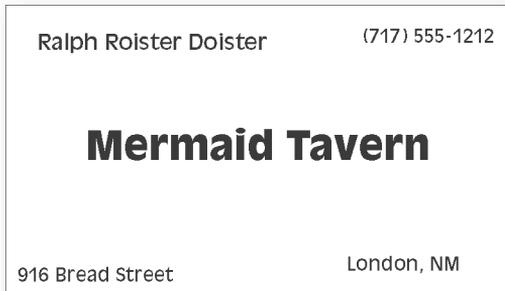
Пять? Конечно – ведь на визитке пять элементов.

Откуда вы начали читать? Надо полагать, с середины, потому что слова в центре набраны жирным шрифтом.

Что вы читаете потом, – то, что расположено справа?

Куда направляете взгляд, дойдя до правого нижнего угла?

По кругу – смбтрите, не пропущены ли какие-нибудь углы?



А что если перемешать все еще больше:



Теперь уже две фразы выделены жирным – откуда же вы начали? С центра или с левого верхнего угла?

А к чему перешли после этих двух элементов? Так и смбтрите на них по очереди, судорожно пытаясь разглядеть, что же там за слова в глазах.

Знаете ли вы, когда это закончится?

А ваши знакомые читают в таком же порядке? Или нет?

Несколько элементов, расположенных в непосредственной близости друг от друга, образуют *один* визуальный блок, они перестают быть *независимыми*. Как и в жизни, *близость рождает отношения*.

Когда несколько похожих элементов объединяются, происходит сразу несколько событий: страница обретает структуру; вы знаете, где начать чтение и где оно заканчивается; более организованным становится и белое пространство (пространство, окружающее буквы).

В предыдущей визитке плохо то, что ни один из ее элементов не имеет видимой связи с соседними. Нельзя понять, ни откуда начинать чтение, ни где оно будет закончено.

Вот что получится, если я всего лишь сгруппирую взаимосвязанные элементы, расположив их ближе друг к другу:

Mermaid Tavern

Ralph Roister Doister

916 Bread Street
London, NM
(717) 555-1212

Остались ли какие-то вопросы по поводу того, где начинать чтение? Что читать потом? И когда заканчивается этот процесс?

Применение такого простого принципа упорядочило визитку как **по смыслу так, и визуально**. И сообщение, передаваемое ею, стало более внятным.

Ниже показан типичный заголовок информационного бюллетеня. Сколько в нем отдельных элементов? Можно ли по их размещению сказать, что они имеют отношение друг к другу?

Попробуйте определить, какие элементы заголовка следует сгруппировать, сдвинув плотнее, а какие, наоборот, отделить друг от друга.

THE ASSOCIATION OF WOMEN AIRLINE PILOTS
ALL THE LATEST BUZZ. . .

Vol. 26, No. 9



FROM THE COCKPIT

August 2005

Два элемента в левой верхней части стоят рядом, что наводит на мысль об их взаимосвязанности. Но *должны ли* они быть взаимосвязаны?

Что можно сказать о дате и номере выпуска? Они определяют именно этот номер бюллетеня, поэтому их следует сгруппировать.

Правильный пример взаимосвязи элементов показан ниже.



All the latest buzz . . .

From the cockpit

The Association of Women Airline Pilots
Vol. 26 • No. 9 August 2005

Обратите внимание, что заодно я внесла и еще кое-какие изменения:

везде заменила капитель строчными буквами, благодаря чему освободилось пространство, позволившее мне усилить заголовок и сделать его более заметным;

заострила скругленные углы, придав всей странице более четкий и серьезный вид;

увеличила самолет, позволив ему выйти за рамки страницы (это обычный прием, позволяющий расширить белое пространство).

Когда вы создаете рекламную листовку, буклет, информационный бюллетень и т. п. документ, логические связи между элементами вам *известны*, вы знаете, какую информацию следует выделить, а какую, наоборот, приглушить. Объединение элементов в группы – это способ графического выражения информации.

Мультимедийные диски
 Компакт-диски для детей
 Компакт-диски
 с учебными курсами
 Развлекательные
 компакт-диски
 DVD-диски
 Образовательные
 Раннее обучение
 Обучение чтению,
 письму, словесности
 Наука
 Математика
 Для учителей
 Книги
 Рабочие журналы
 для учителей
 Видео
 Оборудование
 и комплектующие
 Кабели
 Устройства ввода
 Накопители
 Память
 Модемы
 Принтеры
 и расходные материалы
 Фильмы и музыка

Очевидно, что этот список надо сделать понятнее при помощи форматирования. Однако самый главный его недостаток в том, что все элементы находятся на одинаковом расстоянии друг от друга, из-за чего не видны взаимосвязи между ними, а список никак не структурирован.

Мультимедийные диски

Компакт-диски для детей
 Образовательные
 компакт-диски
 Развлекательные
 компакт-диски

Образовательные

Раннее обучение
 Обучение чтению,
 письму, словесности
 Наука
 Математика

Для учителей

Книги
 Рабочие журналы
 для учителей
 Видеокурсы

Оборудование и комплектующие

Кабели
 Устройства ввода
 Накопители
 Память
 Диски
 Принтеры
 и расходные материалы
 Фильмы и музыка

Тот же самый список, визуально разбитый на группы. Не сомневайтесь, что вы делаете это автоматически. Я лишь предлагаю вам усилить акценты.

Обратите внимание, что заголовки я сделала немного контрастнее, причем оформила их в одном стиле.

Располагая подобные элементы (как текстовые, так и графические) ближе друг к другу, иногда приходится менять их, увеличивая или уменьшая, выдвигая вперед или, наоборот, ставя на второй план. Не обязательно набирать текст кеглем 12 пунктов! Размер таких второстепенных элементов, как номер и год выпуска бюллетеня, может не превышать 7–8 пунктов.

Chamber Concert Series

Egley Junior College

Friday February 8 at 8 p.m. Alexander String Quartet

Mozart, K387, Bartok#3, Beethoven, Opus 59, #1

Sam Pritchert & Ethel Libitz, violins;

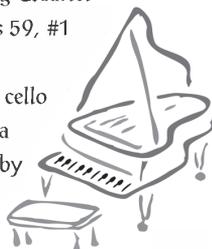
Sandra Yarbrough, viola; Mark Wilson, cello

Friday, March 1, 8 p.m. Trio Artaria

Beethoven "Archduke" Trio, and trios by

Haydn, Schoenberg and Magnard

Richard Samson Norartz, violin



Reception following concert in Egley Art Gallery

Friday, April 26 at 8 p.m. Egley Chamber Players

Brahms G Minor Piano Quartet,

Schubert Sonata

Polly Hollyfield, violin; Linda Batticioli, viola;

Norinne Antiqua-Tempest, cello;

Margaret Park-Raynolds, flute; Robin Plantz, piano

All concerts in Newman Auditorium,

Emeritus Hall, Community Education

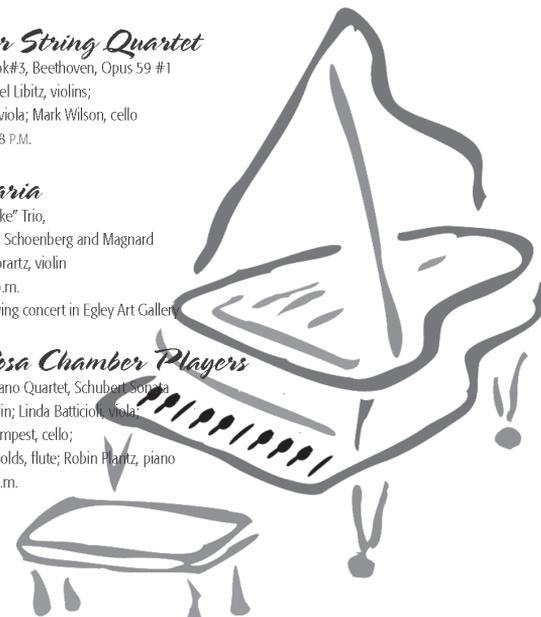
Tickets \$10 and \$8

For ticket information phone 555-1212

Во-первых, на эту страницу тяжело смотреть, во-вторых, на ней трудно что-либо найти – невозможно понять, что, где и когда вообще происходит.

Скажите, например, сколько всего концертов планируется дать?

Принцип приближенности не требует, чтобы *все элементы* располагались близко друг к другу. Он подразумевает, что элементы, между которыми существует *смысловая* (информационная) связь, должны быть связаны и *визуально*. Необходимо, чтобы остальные элементы или их группы *не* находились в непосредственной близости друг от друга. Приближенность элементов *или* ее отсутствие указывает на наличие отношений.



Chamber Concert Series

Alexander String Quartet
Mozart, K387, Bartok#3, Beethoven, Opus 59 #1
Sam Pritchert & Ethel Libitz, violins;
Sandra Yarbrough, viola; Mark Wilson, cello
Friday, February 8, 8 P.M.

Trio Artaria
Beethoven "Archduke" Trio,
and trios by Haydn, Schoenberg and Magnard
Richard Samson Norartz, violin
Friday, March 1, 8 p.m.
Reception following concert in Egley Art Gallery

Santa Rosa Chamber Players
Brahms G Minor Piano Quartet, Schubert Sonata
Polly Hollyfield, violin; Linda Batticioni, viola;
Noninne Antiqua-Tempest, cello;
Margaret Park-Raynolds, flute; Robin Plantz, piano
Friday, April 26, 8 p.m.

Egley Junior College
All concerts in Newman Auditorium, Emeritus Hall
Community Education
Tickets \$10 and \$8
For ticket information phone 555.1212

Сколько концертов в цикле?

В первую очередь я сгруппировала информацию по смыслу (это можно сделать мысленно, а можно набросать эскиз), после чего физически разместила текстовые фрагменты на странице. Обратите внимание, что объявления обо всех трех представлениях расположены на одинаковом расстоянии друг от друга, и это указывает на смысловую связь между элементами.

Вспомогательный блок находится на некотором удалении, и поэтому сразу понятно, что он не содержит сведений о концертах.

То же пример, что на предыдущей странице. Скажите, что вы думаете об этих трех концертах?

А почему вы думаете, что один концерт не похож на другие? Дело в том, что он от них *отделен*. Вы *мгновенно* видите, что он чем-то отличается, – это следует из пространственных взаимосвязей.

Chamber Concert Series

Alexander String Quartet
 Mozart, K387, Bartok#3, Beethoven, Opus 59 #1
 Sam Pritchert & Ethel Libitz, violins;
 Sandra Yarbrough, viola; Mark Wilson, cello
 Friday, February 8, 8 P.M.

Trio Artaria
 Beethoven "Archduke" Trio,
 and trios by Haydn, Schoenberg and Magnard
 Richard Samson Norantz, violin
 Friday, March 1, 8 p.m.
 Reception following concert in Egley Art Gallery

Santa Rosa Chamber Players
 Brahms G Minor Piano Quartet, Schubert Sonata
 Polly Hollyfield, violin; Linda Batticioli, viola;
 Norinne Antiqua-Tempest, cello;
 Margaret Park-Raynolds, flute; Robin Plantz, piano
 Friday, April 26, 8 p.m.



Egley Junior College
 All concerts in Newman Auditorium, Emeritus Hall
 Community Education
 Tickets \$10 and \$8
 For ticket information phone 5274371

Удивительно, как много информации мы получаем, просто мельком взглянув на страницу. Именно поэтому ваша главная задача – донести до читателя нужную информацию.

На этом рекламном листке («флаере»), возвещающем о распродаже, дизайнер, надо полагать, намеревался изобразить нечто забавное и энергичное. Однако можно ли с первого взгляда понять, где и когда эта распродажа состоится?

Free Coffee!

Free Donuts!

Garage Sale!

Victorian Fainting Couch

25-lb. bags of bird feed

1942 Motorola Radio

Vintage Clothing

Good-As-New Dentistry Tools

Large Bird

Large Bird Cage

1950s Beauty Salon equipment

Toys

Proceeds go to the Mary Sidney Education Fund

527 Happening Road

...and much more!

Saturday 9-3

Garage Sale!

Saturday 9-3 527 Happening Road

Good-As-New Dentistry Tools

Victorian Fainting Couch

Vintage Clothing

25-lb. bags of bird feed

1950s Beauty Salon Equipment

Toys

Large Bird and Large Bird Cage

1942 Motorola Radio -still works

... and much more!

Free Coffee and Donuts!

Proceeds go to the Mary Sidney Education Fund

Структурируя информацию в соответствии с принципом приближенности, мы очень легко можем показать, что, где, когда и кто будет делать. Ни один потенциальный покупатель не пропустит распродажу из-за того, что отчаялся узнать что-либо путное в кособоких нагромождениях текста.

Наверное, принцип приближенности уже нашел применение в ваших работах, но вы должны научиться извлекать из него максимальный эффект. Посмотрите внимательно на эти страницы и скажите, какие элементы следует объединить в группы.

HOW 'BOUТ IT, PARDNER?

How'd you like to . . .

wake up with the sun, pour yourself a cup of coffee, and gaze out upon the open range from the steps of your bungalow?

Can you imagine . . .

spending the day outside, beneath a cloudless sky, putting in a hard day's work—working close to the land?

What if you could. . .

work on horseback, with your horse as your closest companion and trusty co-worker?

Ever wanted to . . .

taste the best vittles you've ever had at the end of a full day of riding, roping, and fencing?

Would you like to . . .

live the kind of life most people have only seen in the movies?

It's all possible.

Live the life you've dreamed about!

Be a cowboy!



For more info on how to saddle up and start your new career as a cowboy, contact us right away: phone: 1-800-cow-boys; email: Iwannabe@acowboy.com

Тот, кто создал эту мини-афишу, после каждого заголовка и каждого абзаца по два раза нажимал клавишу Enter (Return). Поэтому заголовки находятся на одинаковом расстоянии и от основного текста, и друг от друга. Выглядят они, таким образом, отдельными, никак не связанными элементами. Поскольку все расстояния одинаковые, нельзя определить, к какому блоку основного текста относится заголовок – верхнему или нижнему.

Белого пространства здесь более чем достаточно, но все оно беспорядочно разорвано. А некоторые участки смотрятся как чужеродные элементы (это можно сказать, например, о пространстве между заголовками и соответствующими им фрагментами основного текста). Когда белое пространство так вот «окружено», оно визуально отдаляет элементы.

Если отдельных элементов слишком много, объединять надо лишь те из них, между которыми есть связь. Если структура некоторых областей на странице не вполне ясна, проверьте: может быть, сближены *неподходящие* элементы. Простой дизайнерский инструмент, пространство, поможет вам не только упорядочить страницу, но и сделать ее более привлекательной.

HOW 'BOUT IT, PARDNER?

How'd you like to . . .
wake up with the sun, pour yourself a cup of coffee, and gaze out upon the open range from the steps of your bungalow?

Can you imagine . . .
spending the day outside, beneath a cloudless sky, putting in a hard day's work—working close to the land?

What if you could. . .
work on horseback, with your horse as your closest companion and trusty co-worker?

Ever wanted to . . .
taste the best vittles you've ever had at the end of a full day of riding, roping, and fencing?

Would you like to . . .
live the kind of life most people have only seen in the movies?

It's all possible!
Live the life you've dreamed about—be a cowboy!

For more info on how to saddle up and start your new career as a cowboy, contact us right away:
1-800-cow-boys
Iwannabe@acowboy.com



Если в этом объявлении заголовки всего лишь поставит поближе к связанным с ними абзацам, произойдет сразу несколько изменений:

структура объявления станет четче;

белое пространство освободится из окружения элементов страницы;

на странице станет больше места, и объявление уже не будет выглядеть загроможденным.

Кроме того, я поместила телефон и e-mail в разные строки, но они образуют отдельную группу, поэтому сразу видно, что в них содержится важная информация.

И еще я заменила выравнивание по центру выравниванием по левому краю (подробно см. в следующей главе), благодаря чему для рисунка освободилось дополнительное место.

Чтобы реализовать принцип приближенности, достаточно лишь немного более осознанно делать то, что вы делаете интуитивно, пойти, так сказать, чуть дальше. Осознав важность взаимосвязей между строчками текста, вы начнете замечать, как действует этот принцип. А заметив, как он действует, вы получите над ним власть, сможете им управлять.

ANNUAL GALARIA WINE & CHILE FIESTA

NEVER BEFORE IN GALARIA HISTORY

HAS ONE BEEN ABLE TO TASTE 50 GALARIA RESTAURANTS AND 50 INTERNATIONALLY-ACCLAIMED WINERIES AT ONE LOCATION ON ONE DAY. DON'T MISS OUT! JOIN US FOR THE BIG EVENT OF THE 7TH ANNUAL GALARIA WINE & CHILE FIESTA THIS SATURDAY FROM 12 NOON UNTIL 4:30 P.M. AT THE EL DORADO HOTEL. \$35 ADMISSION INCLUDES UNLIMITED TASTINGS, SOUVENIR GLASS & ENTERTAINMENT. PLUS, A PORTION OF THE PROCEEDS TO BENEFIT THE GALARIA FOOD BRIGADE HELPING US FEED OUR HUNGRY NEIGHBORS. ADVANCE TICKETS STILL AVAILABLE AT GALARIA NEWS AND AT OUR PLAZA AMERICADO BOX OFFICE. LIMITED TICKETS WILL ALSO BE AVAILABLE AT THE DOOR.

Это объявление я нашла в газете. Нет, правда. Кроме всего прочего (оно набрано капиталью), плохо в нем то, что вся информация сбита в один блок.

Прежде чем приступать к дизайну, разбейте информацию на группы. Тут нет ничего сложного – достаточно руководствоваться здравым смыслом.

После этого можно проверить различные варианты расположения получившихся групп на странице. Компьютер у вас есть, так что количество вариантов можно не ограничивать.

Если страница непростая, то один принцип приближенности редко помогает. Остальные принципы тоже относятся к основополагающим, и дизайнер, как правило, руководствуется всеми четырьмя. Но беритесь за них по одному и *начните* с приближенности. На примере, приведенном внизу, я сначала сгруппировала элементы, а уже потом экспериментировала с другими принципами (и шрифтами).

Never before in Galaria history...

has one been able to taste 50 Galaria restaurants
and 50 internationally acclaimed wineries at one
location on one day. Don't miss out! Join us for
this big event!

\$35 admission includes unlimited tastings,
souvenir glass, and entertainment.

A portion of the proceeds will benefit the
Galaria Food Brigade, helping us feed
our hungry neighbors.



7th Annual Galaria Wine & Chile Fiesta

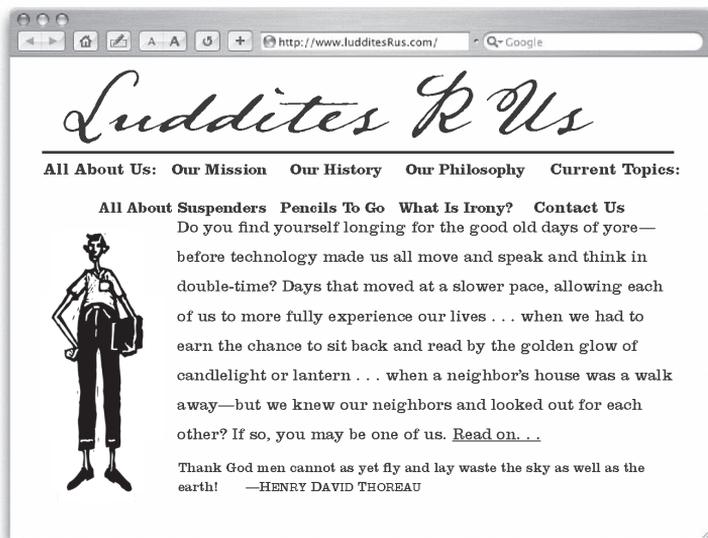
Saturday 12 noon to 4:30 P.M.
at the El Dorado Hotel

Advance tickets are still available at Galaria
News and at our Plaza Americado Box Office.
Limited tickets will also be available at the door.

На исходном варианте объявления хуже всего то, что информация никак не разбита. Кроме того, капитель, собранная в один блок, поглотила все свободное пространство (то самое пространство, на котором должен отдыхать глаз читателя). Можете мне поверить: нет ничего страшного в том, чтобы задать кегль меньше 12 пунктов!

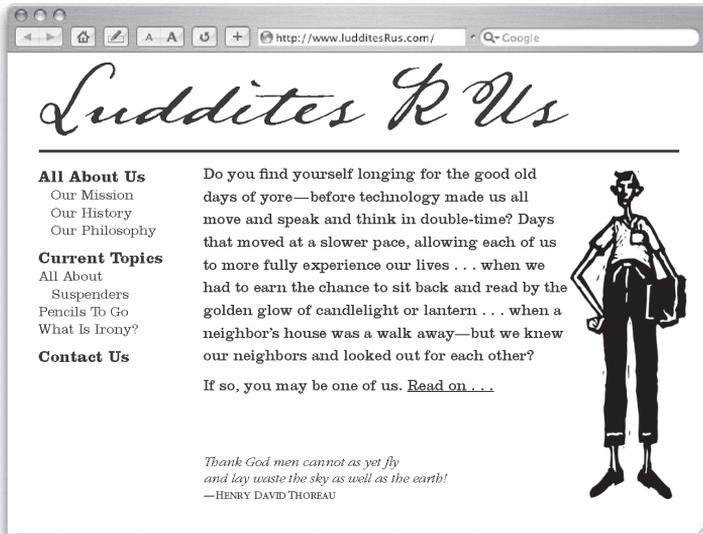
Это лишь один и десятков вариантов расположения смысловых групп информации. Еще я руководствовалась принципами выравнивания и контраста, о которых вы вскоре прочтете.

Нехитрый принцип приближенности позволяет упростить навигацию по веб-страницам за счет разбиения информационного блока на логические группы. Проверьте это на любом сайте, по которому вам легко перемещаться.



Как на этой странице все запутано! Посмотрите на ссылки под заголовком. Все ли они равнозначны? Кажется, что да. Однако на самом деле нет.

Я должна повториться: вы уже знаете, как применять принцип приближенности. Вы уже умеете правильно группировать информацию. Осталось только воплотить эти знания в печатную страницу.



Все ссылки на сайты я собрала в одну колонку, чтобы показать их связь друг с другом (и поставила «ботаника» с другой стороны).

Цитату я поместила немного поодаль от основного текста, поскольку она не относится к нему непосредственно.

Еще здесь применен принцип выравнивания (см. главу 3): текст выровнен по левому краю.

В заключение о приближенности

Несколько элементов, расположенных в непосредственной близости друг от друга, перестают быть изолированными и становятся единым визуальным блоком. Связанные элементы необходимо объединять в группы. Замечайте, откуда вы начинаете читать, по какой траектории движется ваш взгляд, где чтение заканчивается, и куда вы смотрите после того, как все прочтаете. В работе должна просматриваться логическая последовательность: от четкого начала до недвусмысленного завершения.

Главная цель

Главная цель, преследуемая при использовании принципа приближенности, – *упорядочить* материал. Для других принципов работа тоже находится, но применение первого автоматически создает структуру. Упорядоченную структурированную информацию легче воспринять и запомнить. При этом образуется и побочный продукт, появляется более привлекательное *белое пространство* (любимый термин дизайнеров).

Как применять принцип приближенности

Посмотрите на страницу и *сосчитайте*, сколько на ней визуальных элементов (столько же, сколько раз ваш взгляд остановится). Если элементов больше трех или пяти (конечно, это зависит от характера работы), подумайте, какие можно объединить.

Чего следует избегать

На странице не должно быть слишком много отдельных элементов.

Не ставьте элементы по углам и в центре.

Старайтесь оставлять между элементами разные по величине просветы, если только эти элементы не принадлежат одной группе.

Не оставляйте ни малейших сомнений в том, что заголовок, подрисовочная подпись, графический элемент и т. д. связаны с материалом, к которому они имеют отношение. Взаимосвязи между элементами создаются с помощью принципа приближенности.

Не создавайте взаимосвязей между элементами, которые не относятся друг к другу! Если связь отсутствует, отодвиньте элементы друг от друга.

Выравнивание

Малоопытные дизайнеры часто размещают текст и графику, не обращая внимания на остальные элементы страницы. Получается что-то вроде всем известного легкого беспорядка на кухне: тут – чашка, там – тарелка, в раковине – кастрюля, а на полу – салфетка. Такой беспорядок ликвидировать достаточно просто – не труднее, чем поправить неряшливый дизайн страницы, элементам которой не достает выравнивания.

Принцип выравнивания гласит: *никакой элемент страницы не должен располагаться случайным образом. Каждый из них необходимо визуаль-но связать с каким-то другим.* Данный принцип принуждает дизайнера действовать осознанно – нельзя расположить элемент где-либо только потому, что там нашлось свободное место.

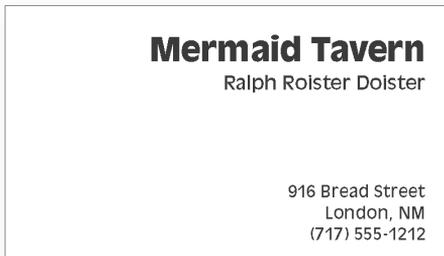
Выровненные элементы образуют единое целое. Невидимая линия связывает их в вашем сознании, даже если эти элементы находятся на некотором удалении друг от друга. Дизайнер может разделить какие-то составляющие, чтобы показать взаимоотношения между ними (применяя принцип приближенности), но именно по выравниванию элементов читатель понимает, что они принадлежат к одному произведению. Эта мысль иллюстрируется на следующих страницах.

Посмотрите на эту визитку – нашу старую знакомую из главы 2. Ее элементы не выровнены. На довольно ограниченном пространстве можно заметить три типа выравнивания: по левому краю, по правому краю и по центру. Текстовые фрагменты в верхних углах лежат на разных базовых линиях и никак не выровнены относительно фрагментов в нижних углах визитки (текстовые фрагменты внизу тоже лежат на разных базовых линиях).



Элементы оформления как будто просто разбросаны по поверхности. Взаимосвязи между ними отсутствуют.

Подумайте, какие элементы можно сгруппировать, а какие, наоборот, отдалить друг от друга.



Если все элементы сдвинуть вправо и выровнять одинаково, они упорядочатся, а визитка сразу обретет структуру (конечно, положительную роль сыграет и сближение связанных элементов).

У текстовых фрагментов теперь есть общая граница, связывающая их воедино.

В примере ниже (мы уже рассматривали его, говоря о принципе приближенности) текст тоже выровнен, но по центру. Дело в том, что если текст выровнен по левому или правому краю, то невидимая линия, связывающая строки, обладает намного большей силой, поскольку создает четкую вертикальную направляющую для взгляда читателя. Поэтому текст, выровненный влево или вправо, выглядит намного аккуратнее и выразительнее. Сравните два примера, и мы обсудим их на следующих страницах.

Mermaid Tavern

Ralph Roister Doister

916 Bread Street
London, NM
(717) 555-1212

Текст разбит на логические группы, и визитка в целом выглядит удачно. Текст выровнен по центру как относительно границы абзацев, так и относительно самой визитки.

Такой способ выравнивания имеет полное право на жизнь, но он делает края визитки «мягкими», сила линий не ощущается.

Mermaid Tavern

Ralph Roister Doister

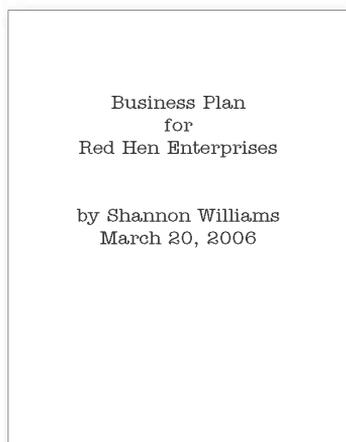
916 Bread Street
London, NM
(717) 555-1212

Логическое разбиение аналогично предыдущему, но вместо выравнивания по центру применена выключка вправо. Вы видите справа «жесткую» линию?

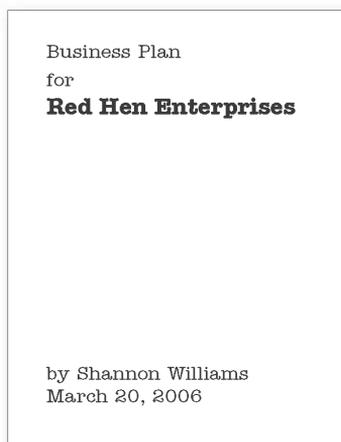
Прочная невидимая линия связывает края групп текста. Читатель видит границу. **Выразительность этой границы придает выразительность и всей визитке.**

Невидимая линия, соединяющая текст, проходит здесь.

Вас так и тянет выровнять все по центру? Именно так чаще всего поступают новички – это надежный и очень удобный способ. Выключка по центру придает документу более официальный, спокойный, стандартный и очень часто посредственный вид. Обратите внимание на дизайнерские работы, которые вам нравятся. Ручаюсь, что в них выравнивания по центру не окажется. Я знаю, как нелегко новичку отказаться от этого, поначалу придется себя заставлять. Но если вы объедините в своих работах принцип приближенности с выключкой вправо или влево, результат вас приятно удивит.

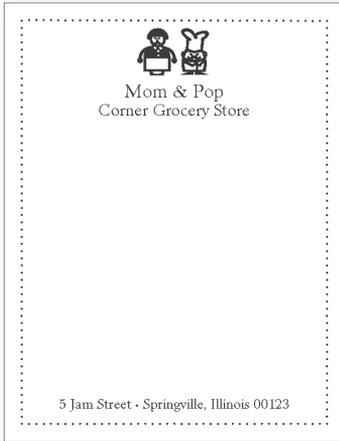


Так выглядит типичная обложка типичного отчета. Результат стандартного подхода – безликая посредственность, имеющая вид любительской поделки, способная произвести на читателя неблагоприятное впечатление.

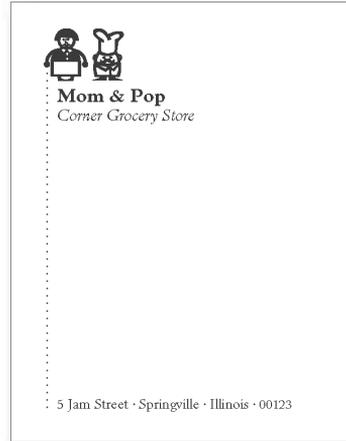


Выраженная выключка влево создает более утонченное впечатление. Имя автора далеко отстоит от заголовка, но невидимая линия, создаваемая выровненным текстом, связывает два текстовых блока.

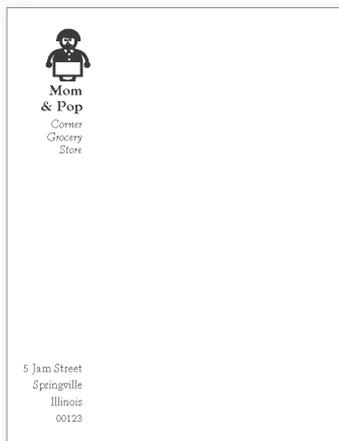
У дизайнера, занимающегося разработкой фирменных бланков, конвертов и других носителей фирменного стиля, богатый выбор возможностей! Однако слишком часто все это богатство кончается банальным выравниванием по центру. Расположение элементов на фирменном бланке может быть весьма произвольным, но с выравниванием надо быть аккуратнее.



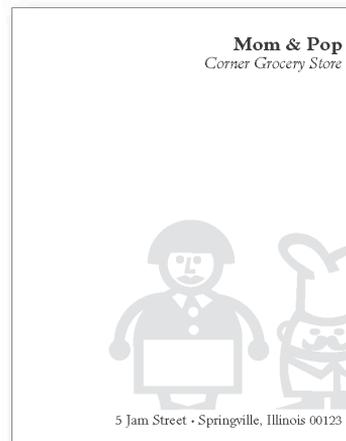
Нельзя сказать, что это плохо, но выравнивание по центру лишает бланк выразительности, а рамка закрывает пространство, создавая ощущение замкнутости.



Выключка влево делает его немного более утонченным. Пунктирная линия теперь проходит только по левому краю, что подчеркивает выравнивание и открывает страницу

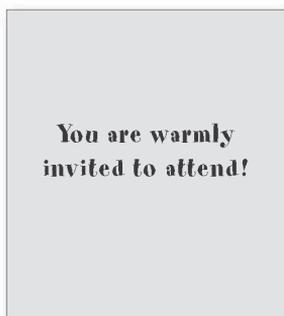


А это выключка вправо. Текст набран несколько иначе.



Здесь вы видите выключку вправо в сочетании со сдержанностью и уверенностью!

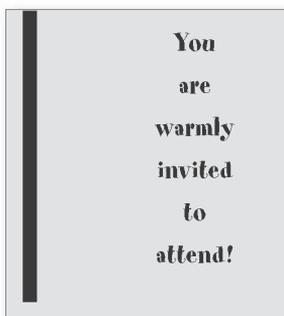
Я не утверждаю, что выравнивать по центру *нельзя*. Просто надо понимать, какое действие оно оказывает, и знать, что вы добиваетесь именно такого эффекта. Иногда такая выключка вполне уместна – например, церемонии бракосочетания в большинстве случаев протекают официально и довольно спокойно, так что если вы захотите выровнять по центру приглашение на подобную церемонию, можете смело сделать это с легким сердцем.



Выровнено по центру. Действительно довольно скучно.



Если уж вы собрались выравнивать текст по центру, то, по крайней мере, подчеркните это!

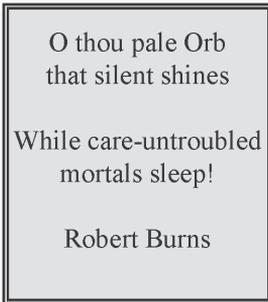


Поэкспериментируйте, смещая центрированный текст.

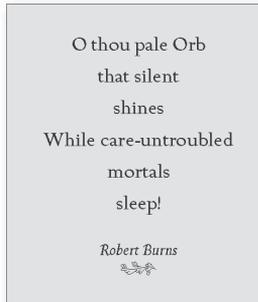


Центрируя текст, постарайтесь найти способ сделать его более выразительным.

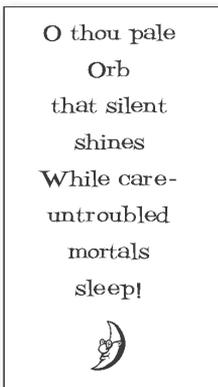
Странице с текстом, выровненным по центру, можно придать некоторую оригинальность, сместив текстовый блок от центра влево или вправо. Можно также расположить текст ближе к верхнему краю страницы, чтобы нарушить идиллическую симметричность, или выбрать совсем необычный шрифт. Но *ни в коем случае* не Times в 12 пунктов! Предостерегу вас и от разделения строк при помощи двойного нажатия клавиши Enter (Return)!



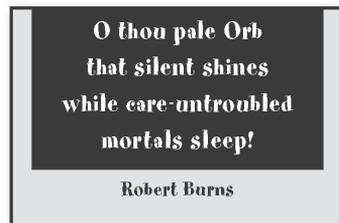
Именно такое выравнивание по центру и снижало этому способу оформления дурную славу: набивший оскомину шрифт, слишком большой кегль, стиснутый текст, двойные нажатия Enter и никому не нужная рамка.



Выравнивание по центру требует особого подхода, иначе оно неэффективно. В данном случае выбрана классическая гарнитура, правильно подобраный небольшой (относительно) кегль, расстояние между строками увеличено, текст щедро окружен белым пространством, рамки нет.



Подчеркните выравнивание по центру в изящном вертикальном макете. Лист бумаги тоже должен быть ориентирован вертикально.



Если текст, выровненный по центру, вытянут в ширину, то и лист бумаги должен быть ориентирован горизонтально.

Чтобы научиться выравнивать текст, нужен навык. Пока не наберется опыта, не применяйте более одного типа выравнивания на одной странице: либо влево, либо вправо, либо по центру.

К этому тексту применена
выключка влево (flush left).
Этот способ называется
также выравниванием влево.

Этот текст выключен
вправо (flush right).
Говорят также
«выровнен вправо».

А этот текст *выровнен,*
или выключен, по центру (centered).

Если текст
выравнивается по центру,
это необходимо
подчеркнуть.

Например, про этот абзац сразу и не скажешь, специально он выровнен по центру или, может быть, случайно. Строки имеют неодинаковую длину, но разница заметна слабо. Если сразу нельзя определить, что текст центрирован, зачем вообще его так выравнивать?

Этот абзац *выровнен по ширине (justified)*. Иногда говорят, что текст выключен, или набран с полной выключкой. В общем, называть его можно по-разному, а вот применять не стоит, разве что строки текста достаточно длинные, и между словами не образуются нелепые прорехи.

На одной странице можно применять выключку вправо и влево к разным абзацам одновременно. Только убедитесь, что вы точно выровняли текст!

Robert Burns

*Poems in Scots
and English*

The most
complete edition
available of
Scotland's
great poet.

В данном примере заголовок и подзаголовок выровнены влево, а текст с описанием – по центру. Но эти два текстовых элемента не выровнены друг относительно друга, поэтому и зрительная связь между ними отсутствует.

Robert Burns

*Poems in Scots
and English*

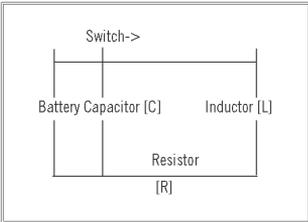
The most
complete edition
available
of Scotland's
great poet.

Здесь фрагменты текста тоже выровнены по-разному (верхний – влево, а нижний – вправо), но левый край абзаца с описанием выровнен по правому краю заголовка, что связывает верхний и нижний элементы невидимой линией. Следовательно, текст расположен именно так неслучайно!

Элементы страницы необходимо визуально выравнивать друг относительно друга. Если строчки текста расположены друг напротив друга по горизонтали, выровняйте их базовые линии. Если на странице присутствует несколько текстовых блоков, выровняйте их левые или правые края. Точно так же необходимо выравнивать края графических элементов. Нельзя помещать на страницу элементы как попало!

Example 6: Value of a resistor in an electrical circuit.

Find the value of a resistor in an electrical circuit which will dissipate the charge to 1 percent of its original value within one twentieth of a second after the switch is closed.



The circuit diagram shows a rectangular loop. At the top is a switch labeled "Switch->". On the left vertical branch is a battery. On the right vertical branch is an inductor labeled "Inductor [L]". On the bottom horizontal branch is a resistor labeled "Resistor [R]". On the left vertical branch, between the battery and the bottom wire, is a capacitor labeled "Capacitor [C]".

q0=	9	volts
q(t)=	0.09	volts
t=	0.05	seconds
L=	8	henrys
C=	0.0001	farads
R=	<input type="text" value="300"/>	ohms
q(t)=	<input type="text" value="0.253889"/>	

1/[L*C]	1250
[R_/(2*L)]^2	351.5625
SQRT(B15-B16)	29.973947
COS(T*B17)	0.07203653
-R_*(T/(2*L))	-0.9375
Q0+EXP (B 19)	3.52445064

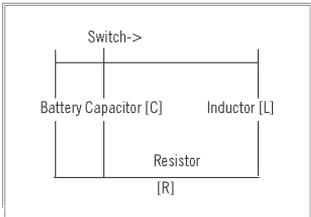
На этом рисунке видно сразу два недостатка, правда? Во-первых, не соблюден принцип приближенности, а во-вторых, далеко не все выровнено.

Конечно, такая схема всем уже давно надоела, но это не значит, что мы не можем оформить эту страницу наилучшим образом и представить информацию максимально понятным способом. Ведь четкое и структурированное представление важнее всего именно тогда, когда информация сама по себе трудна для понимания.

Недостаточное выравнивание, наверное, сильнее всего определяет неряшливый вид документа. Нам *нравится* видеть порядок; он сообщает спокойствие и чувство безопасности, а, кроме того, помогает передать информацию.

В каждой удачной работе можно провести линии, по которым выровнена информация, даже если она совершенно стихийна и представляет собою бессвязный набор странных объектов.

Example 6: Value of a resistor in an electrical circuit.
Find the value of a resistor in an electrical circuit which will dissipate the charge to 1 percent of its original value within one twentieth of a second after the switch is closed.



q0=	9	volts
q(t)=	0.09	volts
t=	0.05	seconds
L=	8	henrys
C=	0.0001	farads
R=	<input type="text" value="300"/>	ohms
q(t)=	<input type="text" value="0.253889"/>	

1/(L*C_)	1250
[R_/(2*L)]^2	351.5625
SQRT(B15-B16)	29.973947
COS(T*B17)	0.07203653
-R_*/(2*L)	-0.9375
Q0+EXP (B 19)	3.52445064

Достаточно всего лишь выстроить элементы, и страница приобретает другой вид. Обратите внимание, что ни один элемент не расположен на примере случайным образом – каждый визуально связан с соседним.

Если бы я имела представление о смысле этой схемы, то могла бы отодвинуть рамку с текстом вправо, подальше от схемы, оставляя верхние границы выровненными, либо отодвинуть нижнюю рамку с текстом. Я бы подобрала расстояния между тремя элементами в соответствии с их смысловыми взаимосвязями.

Работы начинающих дизайнеров часто страдают от *небольшого* недостатка выравнивания (например, заголовки выровнены по центру, а абзацы, расположенные под ними, начинаются с красной строки). Как вы считаете, какой из примеров, приведенных ниже, оформлен четче и аккуратнее?

Darn Honor Form

Heresy rheumatic starry offer former's dodder, Violate Huskings, an wart hoppings darn honor form. Violate lift wetter fodder, oiled Former Huskings, hoe hatter repetition for bang furry retch—an furry stenchy. Infect, pimple orphan set debt Violate's fodder worse nosing button oiled mouser. Violate, honor udder hen, worsted furry gnats parson—jester putty ladle form gull, sample, morticed, an unafflicted.

Tarred gull

Wan moaning Former Huskings nudist haze dodder setting honor cheer, during nosing.

"VIOLATE!" sorted dole former, "Watcher setting darn fur? Denture nor yore canned gat retch setting darn during nosing? Germ pup otter debt cheer!"

"Arm tarred, Fodder," resplendent Violate warily.

"Watcher tarred fur?" aster stenchy former, hoe dint half mush symphony further gull.

Fetter pegs

"Are badger dint doe mush woke disk moaning! Ditcher curry doze buckles fuller slob darn tutor peg-pan an feeder pegs?"

"Yap, Fodder. Are fetter pegs."



"Ditcher mail-car caws an swoop otter caw staple?" "Off curse, Fodder. Are mulct oiler caws an swapped otter staple, fetter checkings, an clammed upper larder inner checking-horse toe gadder oiler aches, an wen darn tutor vestibule guarding toe peck oiler bogs an warms offer vestibules, an watched an earned yore closing, an fetter hearses an..."

"Ditcher warder oiler hearses, toe?" enter-ruptured oiled Husk-

Обычное дело: заголовки выровнены по центру, текст – вправо, абзацный отступ – «машинписный» (то есть, как учили в школе, равен пяти пробелам), иллюстрация выровнена по центру колонки.

Никогда не выравнивайте по центру заголовки, если к нижележащим абзацам применяется выключка влево, и они начинаются с красной строки. Если у текста нет четко выраженной левой или правой границы, практически невозможно заметить, что заголовок выровнен по центру. Создается впечатление, что он просто болтается сам по себе.

Все эти неровности: широкие абзацные отступы, рваный правый край текста, заголовки по центру, окруженные с обеих сторон открытым пространством, да еще и картинка по центру – придают странице беспорядочный вид.

Перечисленные незначительные ошибки выравнивания вносят свой вклад в создание неприятно выглядящей страницы. Найдите четкую линию и ориентируйтесь на нее. Страница, изображенная ниже, более изысканна, и надо придерживаться именно такого подхода, даже если ваш начальник не видит разницы между этим примером и предыдущим.

Darn Honor Form

Heresy rheumatic starry offer
former's dodder, Violate Huskings,
an wart hoppings darn honor
form.

Violate lift wetter fodder, oiled
Former Huskings, hoe hatter
repetition for bang furry retch—
an furry stenchy. Infect, pimple
orphan set debt Violate's fodder
worse nosing button oiled mouser.
Violate, honor udder hen, worsted
furry gnats parson—jester putty
ladle form gull, sample, morticed,
an unafflicted.

Tarred gull

Wan moaning Former Huskings
nudist haze dodder setting honor
cheer, during nosing.

"VIOLATE!" sorted dole former,
"Watcher setting darn fur?
Denture nor yore canned gat
retch setting darn during nosing?
Germ pup otter debt cheer!"

"Arm tarred, Fodder," resplendent
Violate warily.

"Watcher tarred fur?" aster stenchy
former, hoe dint half mush sym-
phony further gull.



Fetter pegs

"Are badger dint doe mush woke
disk moaning! Ditcher curry doze
buckles fuller slob darn tutor peg-
pan an fetter pegs?"

"Yap, Fodder. Are fetter pegs?"

"Ditcher mail-car caws an swoop
otter caw staple?" "Off curse,
Fodder. Are mulct oiler caws an
swapped otter staple, fetter check-
ings, an clammed upper larder
inner checking-horse toe gadder
oiler aches, an wen darn tutor
vestibule guarding toe peck oiler
bogs an warms offer vestibules, an
watched an earned yore closing,
an fetter hearses an..."

"Ditcher warder oiler hearses,

Найдите выразительный способ выравнивания и реализуйте его последовательно. Если к тексту применяется выключка влево, то и заголовки надо оформить так же.

Первые абзацы обычно не имеют красной строки, что и понятно, поскольку красная строка для того и нужна, чтобы обозначить начало нового абзаца, но мы и так хорошо видим, где он начинается.

Когда тексты набирались при помощи пишущих машинок, абзацный отступ составлял пять пробелов. В эпоху компьютеров мы имеем дело с пропорциональными шрифтами, и стандартный отступ равен *круглой шапции*, обозначаемой *em* (она примерно равна кеглю шрифта), а это ближе к двум пробелам.

Обратите внимание на рваный край текста. Подгоните строки так, чтобы край был максимально ровным.

Фотографии или рисунки выровняйте по краю и/или по базовой линии.

Даже удачный дизайн может выиграть от тонкой настройки выравнивания. Нередко для придания работе профессионального вида не хватает именно подходящего выравнивания. Убедитесь, что каждый элемент строки визуально связан с другим элементом.



Ladle Rat Rotten Hut

The story of a wicket woof and a ladle gull

by H. Chace

Wante pawn term dare worsted ladle gull hoe lift wetter murder inner ladle cordage honor itch offer lodge, dock, florist. Disk ladle gull orphan worry Putty ladle rat cluck wetter ladle rat hut, an fur disk raisin pimple colder Ladle Rat Rotten Hut.

Wan moaning Ladle Rat Rotten Hut's murder colder ineet.

"Ladle Rat Rotten Hut, heresy ladle basking wineome burden barter an ehirker cocklea. Tick disk ladle basking tutor cordage offer groin-murder hoe lifte honor udder site offer florist. Shaker lakel Dun stopper laundry wrote! Dun stopper peck floore! Dun dally-dolly inner florist, an yonder nor sorghum-etenches, dun stopper torque wet strainers!"

"Hoe-cake, murder," reesplendent Ladle Rat Rotten Hut, an tickle ladle basking an stuttered oft. Honor wrote tutor cordage offer groin-murder, Ladle Rat Rotten Hut mitten anomalous woof.

"Wall, wall, wall!" eet disk wicket woof, "Evanescent Ladle Rat Rotten Hut! Waree are putty ladle gull goring wizard ladle basking?"

"Armor goring tumor groin-murder's," reprisal ladle gull. "Grammar's eeking bet. Armor ticking arson burden barter an ehirker cocklea."

"O hoel Heifer gnate woke," setter wicket woof, butter taught tomb ehelf, "Oil tickle ehirt court tutor cordage offer groin-murder. Oil ketchup wetter letter, an den—O bore!"

Soda wicket woof tucker ehirt court, an whiny retched a cordage offer groin-murder, pickled inner window, an sore dettor pore oil worming worse lion inner bet. Inner flesh, disk abdominal woof lipped honor bet, paunched honor pore oil worming, an garbled erupt. Den disk ratchet ammonn pot honor groin-

murder's nut cup an gnat-gun, any curdled ope inner bet.

Inner ladle wile, Ladle Rat Rotten Hut a raft attar cordage, an ranker dough ball. "Comb ink, sweat hard," setter wicket woof, disgracing is versee. Ladle Rat Rotten Hut entity bet run, an stud buyer groin-murder's bet.

"O Grammar!" crater ladle gull historically, "Water bag icer gut! A nervous esauage bag ice!"

"Battered lucky chew whiff, sweat hard," setter bloat-Thursaday woof, wetter wicket small honors phasee.

"O, Grammar, water bag noise! A nervous sore suture anomalous prognosis!"

"Battered emall your whiff, doling," whierered dole woof, ante mouse worse waddling.

"O Grammar, water bag mouser gut! A nervous sore suture bag mouse!"

Daze worry on-forger-nut ladle gull's lest warts. Oil offer soddan, caking offer carvers an eprinkling otter bet, disk hoard-hoarded woof lipped own pore Ladle Rat Rotten Hut an garbled erupt.

—H. Chace
Anguish Languteh



ural: Yonder nor sorghum etenches shut ladle gulls stopper torque wet strainers.

Найдите все элементы, которые еще не выровнены, но требуют этого. Можете даже обвести их карандашом (если это ваша книга). Должно получиться, по меньшей мере, девять!

Поищите иллюстрации, чуть выходящие за край листа, выровненные по центру под подписи под фотографиями, заголовки, не выровненные по отношению к тексту, сочетания центрированного и выровненного влево текста.



Ladle Rat Rotten Hut

The story of a wicket woof and a ladle gull

by H. Chace

Wante pawn term dare worsted ladle gull hoe lift wetter murder inner ladle cordage honor itch offer lodge, dock, florist. Disk ladle gull orphan worry Futzy ladle rat cluck wetter ladle rat hut, an fur diek raisin pimple colder Ladle Rat Rotten Hut.

Wan moaning Ladle Rat Rotten Hut's murder colder inset. "Ladle Rat Rotten Hut, hereey ladle basking winsome burden barter an shirker cockles. Tick disk ladle basking tutor cordage offer groin-murder hoe lifts honor udder site offer florist. Shaker lake! Dun stopper laundry wrotel Dun stopper peck floorel Dun daily-dolly inner florist, an yonder nor sorghum-etenches, dun stopper torque wet strainers!"

"Hoe-cake, murder," reuplent Ladle Rat Rotten Hut, an tickle ladle basking an stuttered oft. Honor wrote tutor cordage offer groin-murder, Ladle Rat Rotten Hut mitten anomalous woof.

"Wail, wail, wail!" eet diek wicket woof, "Evanescenet Ladle Rat Rotten Hut! Warsø are putty ladle gull going wizard ladle basking?"

"Armor going tumor groin-murder's," reprisal ladle gull. "Grammar's æsling bet, Armor ticking arson burden barter an shirker cockles."

"O hoel Heifer gnate woke," eetter wicket woof, butter taught tomb ehelf, "Oil tickle ehirt court tutor cordage offer groin-murder. Oil ketchup wetter letter, an den—O bore!"

Soda wicket woof tucker ehirt court, an whinny retched a cordage offer groin-murder, picked inner windrow, an eore debtor pore oil worming worse lion inner bet. Inner flesh, disk abdominal woof lipped honor bet, paunched honor pore oil worming, an garbled erupt. Den diek ratchet ammonol pot

honor groin-murder's nut cup an gnat-gun, any curdled ope inner bet.

Inner ladle wile, Ladle Rat Rotten Hut a raft attar cordage, an ranker dough ball. "Comb ink, sweat hard," eetter wicket woof, disgracing is verse. Ladle Rat Rotten Hut entity bet num, an stud buyer groin-murder's bet.

"O Grammar!" crater ladle gull historically, "Water bag icer gut! A nervous eausage bag ice!"

"Battered lucky chew whiff, sweat hard," eetter bloat-Thursday woof, wetter wicket emall honore phase.

"O, Grammar, water bag noise! A nervous eore suture anomalous prognosis!"

"Battered emall your whiff, doling," whiekered dole woof, ante mouse worse waddling.

"O Grammar, water bag mouser gut! A nervous eore suture bag mouse!"

Daze worry on-forger-nut ladle gull's leat warte. Oil offer sodden, caking offer carvers an sprinkling otter bet, disk hoard-hoarded woof lipped own pore Ladle Rat Rotten Hut an garbled erupt.

—H. Chace
Anguish Languish



ural: Yonder nor sorghum-
stenches shut ladlegulle
stopper torque wet strainers.

Скажите, чем обусловлена разница между примерами на этой и предыдущей странице? Мысленно (или карандашом, если не жалко книгу) начертите линии, по которым выровнены элементы.

Повторяю: найдите линию, способную обеспечить эффектное выравнивание, и задействуйте ее. Если на странице есть фотография (или рисунок) с акцентированной линией выравнивания, пристройте к ней край, по которому выравнивается текст, как на примере, показанном ниже.

Center Alley

Center Alley worse jester pore ladle gull hoe
lift wetter stop-murder an toe heft-cisterns.
Daze worming war furry wicket an shellfish
parsons, spatially dole stop-murder, hoe
dint lack Center Alley an, infect, word orphan
traitor pore gull mar lichen ammonol dinner
hormone bang.



Center Alley's furry gourd-murder whiskered,
"Watcher crane aboard?"

Левый край текста красиво выровнен – это первая сильная линия. Левый край «фотографии» – это вторая сильная линия. А между текстом и иллюстрацией образовалось «замкнутое» белое пространство, образующее неуместный контур. Это пространство отдаляет окружающие его элементы друг от друга.

Center Alley

Center Alley worse jester pore ladle gull hoe
lift wetter stop-murder an toe heft-cisterns.
Daze worming war furry wicket an shellfish
parsons, spatially dole stop-murder, hoe dint
lack Center Alley an, infect, word orphan
traitor pore gull mar lichen ammonol
dinner hormone bang.



Center Alley's furry gourd-murder whiskered,
"Watcher crane aboard?"

«Найдите сильную линию и задействуйте ее». Теперь четкая линия, по которой выровнен текст, соседствует с краем рисунка, благодаря чему обе они усиливаются. Белое пространство расположилось на левом крае и как бы стекает со страницы. Подписуночная подпись тоже выровнена по левому краю рисунка.

Четко выраженное эффектное выравнивание можно нарушить *осознанно*, причем и нарушение будет выглядеть осознанным. Вся штука в том, что нельзя нарушать выравнивание робко. Либо делайте это от души, с размахом, либо не делайте вовсе. Больше решительности!

Guilty Looks Enter Tree Beers

Wants pawn term dare worsted
ladle gull hoe hat search putty
yowler coils debt pimple colder
Guilty Looks. Guilty Looks lift
inner ladle cordage saturated

*Debt florist's mush toe
dentures furry ladle gull!*

adder shirt dissi-
dence firmer bag
florist, any ladle
gull orphan aster

murder toe letter gore entity
florist oil buyer shelf.

"Guilty Looks!" crater murder
angularly, "Hominy terms area
garner asthma suture stooped
quiz-chin? Goiter door florist?
Sordidly NUT!"

"Wire nut, murder?" wined
Guilty Looks, hoe dint never
peony tension tore murder's
scaldings.

"Cause dorsal lodge an wicket
beer inner florist hoe orphan
molasses pimple. Ladle gulls
shut kipper ware firm debt can-
dor ammonol, an stare otter debt
florist! Debt florist's mush toe
dentures furry ladle gull!"

Hormone nurture

Wail, pimple oil-wares wander
doe wart udder pimple dun
wampum toe doe. Debt's jest
hormone nurture. Wan moaning,
Guilty Looks dissipater murder,
an win entity florist. Fur lung,
disk avengeress gull wetter putty
yowler coils cam tore morticed
ladle cordage inhibited buyer
hull firmly off beers—Fodder
Beer (home pimple, fur obliv-
ous raisins, coiled "Brewing"),
Murder Beer, and Ladle Bore
Beer. Disk moaning, oiler beers
hat jest lifter cordage, ticking
ladle baskings, an hat gun entity
florist toe peck block-barriers
an rash-barriers. Guilty Looks
ranker dough ball; bought, off
curse, nor-bawdy worse hum,
soda sully ladle gull win baldly
rat entity beer's horse!

Sop's toe hart

Honor tipple inner darning
rum, stud tree boils fuller

Врезка бесцеремонно вторглась в текстовый блок, и трудно сказать, как выровнен ее левый край. Иногда можно проигнорировать все линии выравнивания, но это надо делать демонстративно.

В своей книге я рассказываю о правилах, но ведь известно, что правила существуют, чтобы их нарушать. Есть, однако, и правило о нарушении правил: прежде чем нарушать правило, необходимо его как следует выучить.

В заключение о выравнивании

На странице не должно быть ни одного элемента, расположенного произвольно. Каждый из них необходимо *визуально связать* с соседними.

Очень большую роль в дизайне играет *гармония*. Единообразии, взаимосвязанности и взаимозависимости элементов на странице можно обеспечить, связав их визуально. Даже отдельные элементы, отдаленные друг от друга, могут благодаря правильному позиционированию *казаться* связанными, созвучными. Посмотрите на образцы дизайна, которые вам нравятся. Удачный дизайн может казаться хаотичным и стихийным, но в нем всегда можно найти линии выравнивания.

Главная цель

Главная цель, преследуемая выравниванием, состоит в том, чтобы *упорядочить* страницу и сообщить ей *гармонию*. Примерно такой же результат мы получаем, собирая все детские игрушки, разбросанные по гостиной, и складывая их в коробку.

Именно строгое выравнивание (в сочетании, конечно, с подходящей гарнитурой) придает странице индивидуальность: утонченную, официальную, забавную или серьезную.

Как применять выравнивание

Располагайте элементы *осознанно*. Обязательно найдите принцип, по которому можно выровнять элементы, даже если они отдалены друг от друга.

Чего избегать

Постарайтесь не применять на одной странице более одного типа выравнивания (не выравнивайте, например, один текстовый блок по центру, а другой – по правому краю).

Кроме того, настоятельно рекомендуется избавиться от привычки выравнивать все по центру, если только вы осознанно не стремитесь к официальности и умеренности (не они ли нередко навевают на нас тоску?). Прежде чем выровнять что-либо по центру, подумайте хорошенько.

Повтор

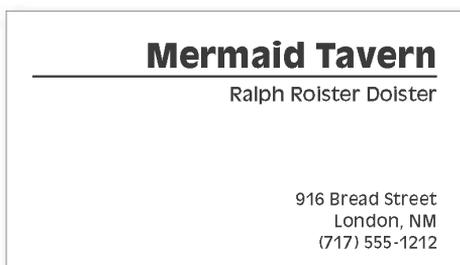
Принцип повтора гласит: *некоторые компоненты дизайна должны повторяться по всей публикации*. Повторяться могут линейки, маркеры списков, шрифтовое оформление, цвет, пространственные взаимосвязи и т. п. Словом, все, что читатель может идентифицировать визуально.

Повтор вы уже применяли, набирая заголовки шрифтом одинакового кегля и жирности, располагая горизонтальную линию на расстоянии 1,27 см (0,5 дюйма) от нижнего края каждой страницы, применяя один и тот же маркер в каждом списке в публикации. Все это примеры повтора. Новичкам надо всего лишь развить этот навык, поднять его на более высокий уровень, превратив обыкновенное повторение в краеугольный камень, на котором держится вся публикация.

Повтор можно считать воплощением согласованности и постоянства. Посмотрите на восьмистраничный информационный бюллетень – именно повторяемость определенных элементов, их согласованность позволяет идентифицировать каждую из восьми страниц как принадлежащую одному бюллетеню. Если на с. 7 не будет повторяющихся элементов, унаследованных от с. 6, весь бюллетень лишится связности и единства стиля.

Однако повтор – это больше чем естественная согласованность, он означает необходимость прилагать осознанные усилия, направленные на создание цельного дизайна.

Перед вами та самая визитка, с которой мы уже встречались. Во второй пример я добавила повторяющийся элемент – тяжелый жирный шрифт. Посмотрите на визитку и проследите за тем, как меняется направление вашего взгляда. Куда он переходит после того, как вы добираетесь до номера телефона? Не возвращается ли он в начало, к другому текстовому блоку с жирным шрифтом? При помощи этого визуального трюка дизайнеры и управляют взглядом читателя, чтобы приковать его внимание к странице на возможно более долгое время.



Когда вы дочитываете все до конца, взгляд уходит за пределы визитки, не так ли?



Куда теперь направляется взгляд после прочтения? Переходит от одного элемента блока, выделенного жирным шрифтом, к другому? Вероятно, так оно и есть, в этом и заключается суть принципа повтора – его применение позволяет увязать все элементы работы в одно целое, обеспечивает единство стиля.

Воспользуйтесь элементами, которые вы уже создали, и сделайте свой проект более цельным, превратив элементы в повторяющиеся графические символы. Все ли заголовки в документе набраны жирным шрифтом Times 14 пунктов? Может быть, имеет смысл заменить гарнитуру рублевой (скажем, Antique Olive Black) и увеличить кегль до 16 пунктов? Принцип повтора уже реализован, надо только усилить его и сделать более энергичным. Страница стала визуально интереснее, более упорядоченной и цельной.

Guilty Looks

Wants pawn term dare worsted ladle gull hoe hat search putty yowler coils debt pimple colder Guilty Looks. Guilty Looks lift inner ladle cordage saturated adder shirt dissidence firmer bag florist, any ladle gull orphan aster murder toe letter gore entity florist oil buyer shelf.
 "Guilty Looks" crater murder angularly, "Hominy terms area garner asthma suture stooped quiz-chin? Gouter door florist? Sordidly NUT!"

Wire nut?

"Wire nut, murder?" wined Guilty Looks, hoe dint peony tension tore murder's scaldings.
 "Cause dorsal lodge an wicket beer inner florist

hoe orphan molasses pimple. Ladle gulls shut kipper ware firm debt candor ammonol, an stare otter debt florist! Debt florist's mush toe dentures furry ladle gull!"

Hormone nurture

Wail, pimple oil-wares wander doe wart udder pimple dun wampum toe doe. Debt's jest hormone nurture. Wan moaning, Guilty Looks dissipater murder, an win entity florist.

Tree Beers

Fur lung, disk avengeress gull wetter putty yowler coils cam tore morticed ladle cordage inhibited buyer hull firmly off

Создание повторяющихся элементов имеет смысл начать с заголовков и подзаголовков, поскольку они уже оформлены более или менее единообразно.

Guilty Looks

Wants pawn term dare worsted ladle gull hoe hat search putty yowler coils debt pimple colder Guilty Looks. Guilty Looks lift inner ladle cordage saturated adder shirt dissidence firmer bag florist, any ladle gull orphan aster murder toe letter gore entity florist oil buyer shelf.
 "Guilty Looks" crater murder angularly, "Hominy terms area garner asthma suture stooped quiz-chin? Gouter door florist? Sordidly NUT!"

Wire nut?

"Wire nut, murder?" wined Guilty Looks, hoe dint peony tension tore murder's scaldings.
 "Cause dorsal lodge an wicket beer inner florist

hoe orphan molasses pimple. Ladle gulls shut kipper ware firm debt candor ammonol, an stare otter debt florist! Debt florist's mush toe dentures furry ladle gull!"

Hormone nurture

Wail, pimple oil-wares wander doe wart udder pimple dun wampum toe doe. Debt's jest hormone nurture. Wan moaning, Guilty Looks dissipater murder, an win entity florist.

Tree Beers

Fur lung, disk avengeress gull wetter putty yowler coils cam tore morticed ladle cordage inhibited buyer hull firmly off

Поэтому заложите фундамент цельности стиля, скажем, в оформлении заголовков, и сделайте их выразительнее.

Вы оформляете многостраничные документы? В таком случае принцип повтора выходит на первый план. Читателю должно быть очевидно, что сс. 7 и 12 принадлежат одной публикации. Страницы, показанные на этом развороте, взяты из одного документа. Можете указать все повторяющиеся элементы?

Darn Honor Form

Heresy rheumatic starry offer former's dodder, Violate Huskings, an wart hoppings darn honor form. Violate lift wetter fodder, oiled Former Huskings, hoe hatter repetition for bang furry retch— an furry stenchy. Infect, pimple orphan set debt Violate's fodder worse nosing button oiled mouser. Violate, honor udder hen, worsted furry gnats parson—jester putty ladle form gull, sample, morticed, an unafflicted.

Wan moaning Former Huskings nudist haze dodder setting honor cheer, during nosing.

Nor symphony

"VIOLATE!" sorted dole former, "Watcher setting darn fur? Yore canned gat retch setting darn during nosing? Germ pup otter debt cheer!" "Arm tarred, Fodder," resplendent Violate warily. "Watcher tarred fur?" aster stenchy former, hoe dint half mush symphony further gull. "Are badger dint doe mush woke disk moaning! Ditcher curry doze buckles fuller slob darn tutor peg-pan an feeder pegs?"



► Water rheumatic form!

Vestibule guardings

"Yap, Fodder. Are fetter pegs?" "Ditcher mail-car caws an swoop otter caw staple?" "Off curse, Fodder. Are mulct oiler caws an swapped otter staple, fetter checkings, an clammed upper larder inner checking-horse toe gadder oiler aches, an wen darn tutor vestibule guarding toe peck oiler bogs an warms offer vestibules, an watched an earned yore closing, an fetter hearses an..." "Ditcher warder oiler hearses, toe?" enter-ruptured oiled Huskings. "Nor, Fodder, are dint." "Dint warder mar hearses? Wire nut?"

Одинаковая двойная линейка в верхней части каждой страницы.

Одинаковые шрифты заголовков и подзаголовков, а также отбивки сверху.

4

Номера страниц оформлены единообразно.

У текста есть «точка выхода» (выравнивание по нижнему краю страницы), но **не обязательно** всегда выравнивать текст здесь, **если в верхней части каждой страницы есть заметная точка входа.**

Иногда документы выравнивают по нижнему краю (текст как бы стоит на странице, его верхний край может быть неровным, напоминая силуэты городских зданий на фоне неба), а не по верхнему краю (текст свисает с верхнего края, как белье, которое сушат на веревке). Выбрав какой-то из этих вариантов, надо последовательно его придерживаться.

В нижней части каждой страницы расположена одинарная линейка.

Как можно заметить, что какому-то элементу отводится особая роль, если в оформлении нет единообразия? Строго соблюдая стилевое единство оформления, можно включить в публикацию неожиданные элементы, приберегая эффект неожиданности для тех составляющих, к которым вы хотите привлечь внимание читателя.

Можете указать повторяющиеся элементы оформления этой книги?



Evanescent wan think, itching udder

"Fodder, yore hearses jest worsen Thursday. Yore kin leader hearse toe warder, Fodder, butcher cannon maggot drank. Lessen, Fodder, arm tarred!"

"Oil-wares tarred!" crumpled Huskings. "Wail, sense yore sore tarred, oil lecher wrestle ladle, bought gad offer debt cheer! Wile yore wrestling, yore kin maker bets an washer dashes?"

Suture fodder! Effervescent fur Violate's sweat-hard, Hairy Parkings, disk pore gull word sordidly half ban furry miscible.

Moan-late an steers

Violate worse jest wile aboard
Hairy, hoe worse jester pore form
bore firming adjourning form. Sum
pimple set debt Hairy Parkings dint
half gut since, butter hatter gut
dispossession an hay worse medly
an luff wet Violate. Infect, Hairy
wandered toe merrier, butter worse
toe skirt toe aster.

"O Hairy," crate Violate, "Jest locket
debt putty moan!"

Arsenate rheumatic

- ▼ Snuff doze flagrant odors.
- ▼ Moan-late an merry-age.
- ▼ Odors firmer putty rat roaches
inner floor guarding.
- ▼ Denture half sum-sing
impertinent toe asthma?
- ▼ Hairy aster fodder.
- ▼ Conjure gas wart hopping?
- ▼ Violate dint merry Hairy.
- ▼ Debt gull runoff wit a wicket
bet furry retch lend-lard.

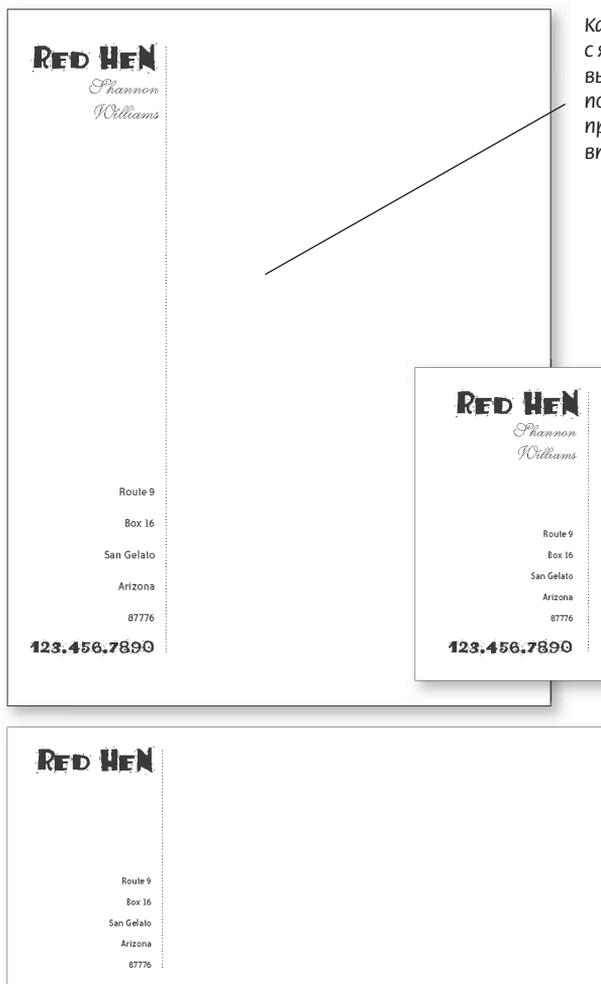
5

Ширина
верхней
колонки
равна
суммарной
ширине двух
нижних,
благодаря
чему они
образуют
общие
внешние
границы.

Все статьи, фотографии или рисунки начинаются от одной линии в верхней части каждой страницы (обратите также внимание на примечание на предыдущей странице).

Обратите внимание на треугольный буллит, повторяющийся в маркированном списке и в подрисуночной подписи на противоположной странице разворота. Эту фигуру вполне можно задействовать в оформлении публикации в любом другом месте.

Без неукоснительного соблюдения правила повтора не обойтись при создании образцов делового стиля (визитной карточки, фирменного бланка, конверта и т. п.). Причем необходимо, чтобы такие элементы сохранялись во всем разнообразии документов. Человек, получивший ваше письмо, должен понять, что оно пришло от того, кто неделю назад дал ему визитную карточку. Созданный вами макет должен позволить выровнять напечатанный текст по одному из элементов оформления!



Как видите, текст с ярко выраженным выравниванием по левому краю производит сильное впечатление.

Повтор помогает организовать информацию, служит читателю надежным проводником, способствует объединению разнородных компонентов дизайна. Повторяющиеся элементы создают изысканную целостность, связывающую все воедино, даже в документе, состоящем из одной страницы. Без повтора не обойтись и при создании серии одностраничных документов, образующих полный пакет.

English Terence

- Stratford-upon-Avon, England

Objective

- To make money

Education

- Stratford Grammar School,
I think

Employment

- Globe Theatre, London
- Play broker

Favorite Activities

- Suing people
- Chasing women

References available upon request.

Повторяющиеся элементы:

жирное начертание;
светлое начертание;
квадратные маркеры
(буллиты);
отступы;
интервалы;
выравнивание.

Кроме хорошо заметных повторяющихся элементов, которые помогают ясно понять суть, персонаж этого документа может включить пару подобных элементов в свое сопроводительное письмо.

Если ваша фантазия загорается от какого-либо элемента, дайте ему зеленый свет! Его можно найти и в клип-арте, и в декоративном шрифте. Не бойтесь привнести в свою работу что-то совершенно новое, хотя бы и ради повтора, или взять что-нибудь очень простое и найти для него различные применения, меняя размер, цвет и угол зрения.

Не всегда повторяющиеся элементы представляют собой *точные копии*, но они связаны так тесно, что родство между ними не вызывает сомнений.



Повтор, организованный при помощи какого-нибудь графического элемента, может отказаться делом не только полезным, но и приятным. Вот таким незамысловатым треугольным мотивом можно аранжировать и другой материал: конверты, открытки, воздушные шары и т. д. Все соберется воедино, даже если не изображать чайник на каждом предмете.

Нередко на страницу добавляется повторяющийся элемент, не имеющий к ней никакого отношения. В качестве примера можно назвать наскальные изображения на бланке опроса или птиц странного вида на страницах отчета. Выберите в одном из ваших шрифтов несколько особенно симпатичных символов и украсьте страницы публикации их крупными изображениями в каком-нибудь неброском цвете, меняя размеры и угол поворота символов. Веселитесь на здоровье!

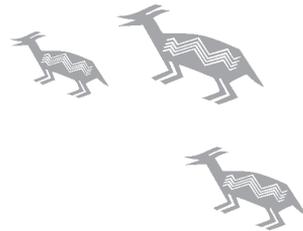


Grand Opening
Sale
at
PickWick Papers!

paper
envelopes
rubber stamps
glitter
fancy stickers



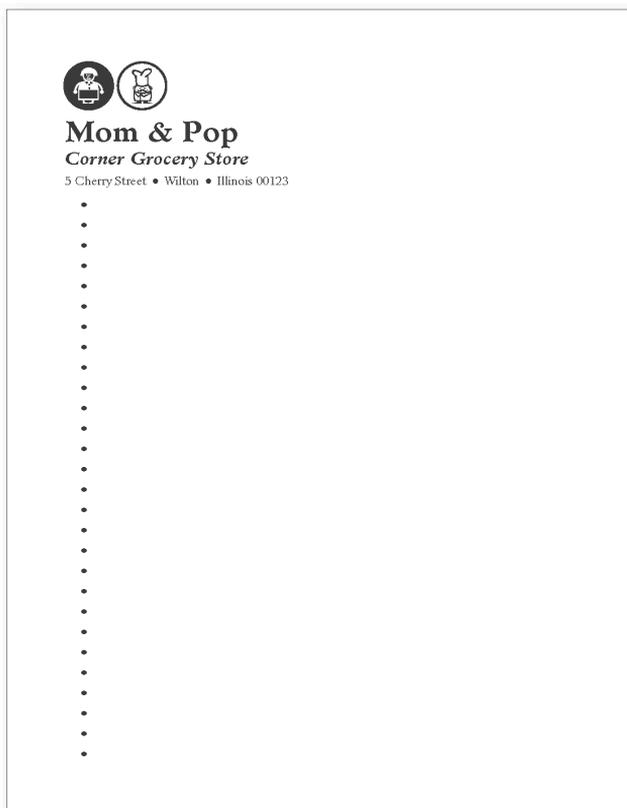
Fort Marcy Center • Friday • May 7



Элементы дизайна, расположенные на полях, способствуют объединению двух или более документов, связанных общей темой, или фрагментов публикации (фона и переднего плана). Обратите внимание, как повторение пиктографических картинок образует связь между «постером» и этой страницей.

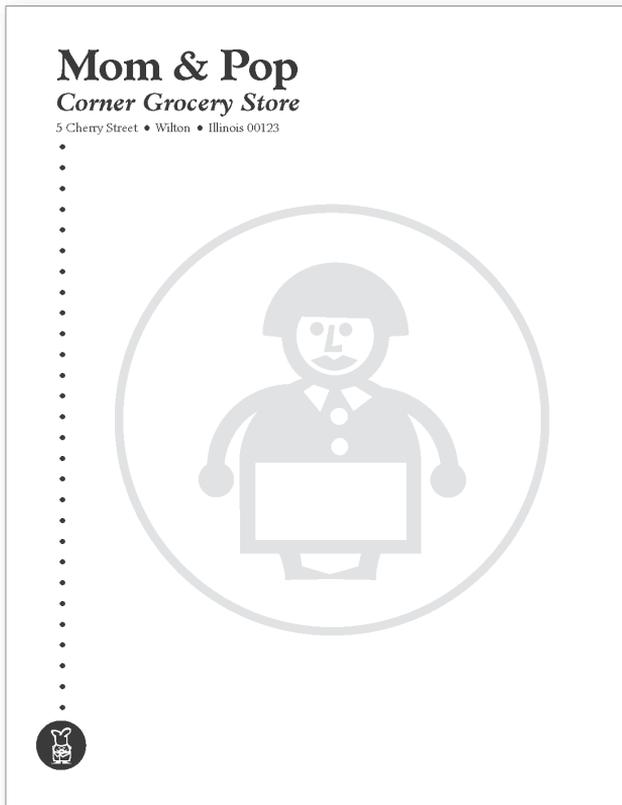


Руководствуясь принципом повтора, иногда можно взять элемент готового дизайна и создать на его основе что-то новое.



Помните этот фирменный бланк из главы 3? В качестве повторяющегося элемента я взяла две точки и поместила в них изображения Мамаули и Папули. Стоит только начать, и творческий процесс доставит вам массу положительных эмоций – это я вам обещаю.

Вот еще один пример, показывающий, как дизайн может основываться на повторе. Заниматься этим просто приятно, надо лишь найти элемент, который вам понравится, и поэкспериментировать с ним!



В ходе данного эксперимента я повторила одну из точек, сильно ее увеличила и поставила в круг Мамулю.

Папулю я, наоборот, хотела исключить, поэтому поместила его белый контур в маленький черный кружок. Зачем понадобилось изображать Папулю в негативном свете (был белый, а стал черный)? В дизайне действует правило, справедливое и в жизни: если масла слишком много, то им и кашу запросто испортишь.

Не перестарайтесь с повтором, попробуйте добиться единства стиля при помощи разнообразия. То есть, если повторяющийся элемент выразителен (например, круг), не повторяйте его в точности, а изменяйте (например, диаметр и цвет).

Иногда желаемого эффекта удается добиться, лишь намекая на повтор элемента. Попробуйте включить в композицию фрагмент знакомого предмета или расположите его как-то иначе.

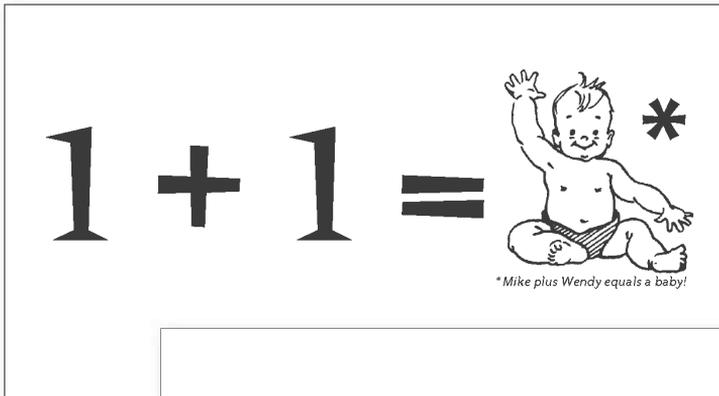


Если изображение знакомо читателю, то он сможет узнать его и по фрагменту.



Изображение перца чили, конечно, есть на всех рекламных материалах Chile Fiesta. Здесь еще раз наглядно демонстрируются преимущества использования фрагмента повторяющегося изображения – зритель видит весь перец. Это означает, что фактически у вас есть картинка двойного размера за те же деньги.

Благодаря повтору ваши работы выглядят профессионально и приобретают вес. Зритель чувствует ответственный подход к делу, потому что решение применить повтор означает, что кто-то как следует подумал о дизайне.



Никогда заранее не знаешь, что тебе придется собирать у себя девичник по случаю предстоящих одной из твоих подруг родов.

Но когда это случится, вы будете знать, что все эти пригласительные билеты, конверты и благодарственные письма надо связать воедино, украсив их повторяющимися элементами.

Это произведет впечатление на гостей, которые подумают, что вы наняли профессионального дизайнера.

You're invited to a

Baby Shower



for

Wendy & Mike Brown

Saturday, October 28 2:30~4:30 p.m.

Psst!

- A. We don't know if it's a boy or girl—we want the magical surprise!
- B. Wendy and Mike have registered with Robin's Baby Registry. You can check with the folks there to see what they still need.
- C. Please RSVP to Wendy by October 16.

В заключение о повторе

Повторяющиеся визуальные элементы дизайна цементируют и усиливают документ, скрепляя его составные части. Положительная роль *повтора* очень сильна в одностраничных документах, а в многостраничных без него просто не обойтись (такие документы часто называют *оформленными в едином стиле*).

Главная цель

Цель повтора – *объединить* всю публикацию и сделать ее *визуально интереснее*. Нельзя недооценивать власть визуального интереса – чем интереснее выглядит работа, тем вероятнее, что ее прочитают.

Как применять повтор

Применение повтора надо рассматривать как работу в рамках единого стиля, а я уверена, что вы так и делаете. А теперь *сделайте последовательно оформленную работу еще немного более последовательной* – попробуйте превратить некоторые из однотипных элементов оформления в часть графического дизайна, как это происходит с заголовком. Подчеркните заголовки линейкой толщиной в один пункт или расположите такую линейку в нижней части страницы. А что если увеличить ее толщину до четырех пунктов, чтобы сделать повтор более акцентированным и выразительным?

Попробуйте добавить в дизайн элементы, предназначенные исключительно для создания повтора. Есть ли в вашей публикации нумерованные списки? Что если подобрать для них характерный шрифт или напечатать номер вывороткой? Для начала надо найти повторы, *которые уже есть*, и усилить их. Поработав с повторяющимися элементами и привыкнув к самой идее, начните *создавать* повторы, чтобы усилить дизайн и четкость подачи информации.

Повтор сродни подчеркиванию деталей туалета. Женщина, одетая в шикарное черное вечернее платье и роскошную черную шляпу, может подчеркнуть свой наряд красными туфлями на каблуках, красной губной помадой и крошечным красным букетиком роз, приколотым к корсажу.

Чего избегать

Избегайте избыточного повтора, который действует на нервы и подавляет. Не забывайте о положительной роли контраста (ему посвящена следующая глава и раздел о шрифтовом контрасте).

Например, если бы женщина в черном вечернем платье надела не только красную шляпку, но и красные серьги, сумочку, туфли и пальто, такой повтор вовсе не имел бы эффект сногшибательного и стильного контраста, а заглушил бы все остальные детали туалета, и впечатление было бы испорчено.

Контраст

Контраст – это одно из самых эффективных средств, позволяющих сделать страницу визуально более интересной: вызвать в читателе живое любопытство, притягивающее его взгляд, и создать стройную структуру из разрозненных элементов оформления. Запомните важное правило: *контраст должен быть сильным, только тогда он работает. Не будьте мямлей.*

Контраст порождается различиями между двумя элементами. Если элементы «вроде бы» отличаются друг от друга, то это уже не *контраст*, а *конфликт*. Вот в чем все дело – правило контраста гласит: **если элементы не похожи как две капли воды, сделайте их разными. По-настоящему разными.**

Для создания контраста есть масса способов. Можно противопоставить крупному шрифту мелкий; изящной гарнитуре старого стиля – жирную рубленую; тонкой линии – толстую; холодному цвету – теплый; гладкой текстуре – грубую; горизонтальному элементу (длинной строке текста) – вертикальный (высокую узкую колонку); большому интерлиньяжу – маленький; небольшому рисунку – крупный.

Но только помните – невозможно создать контраст, противопоставляя надписи, набранные кеглем 12 и 14 пунктов. Линия толщиной полпункта не контрастирует с линией в 1 пункт. Нет контраста между черным и темно-коричневым. Возьмитесь за дело всерьез.

Представьте себе, что эти два «информационных бюллетеня» оказались на вашем столе. Какой из них вы возьмете первым? Компоновка элементов в целом одинакова. Оба документа выглядят аккуратно и производят приятное впечатление. Информация в обоих одна и та же. Настоящее отличие только одно: в том, что справа, больше контраста.



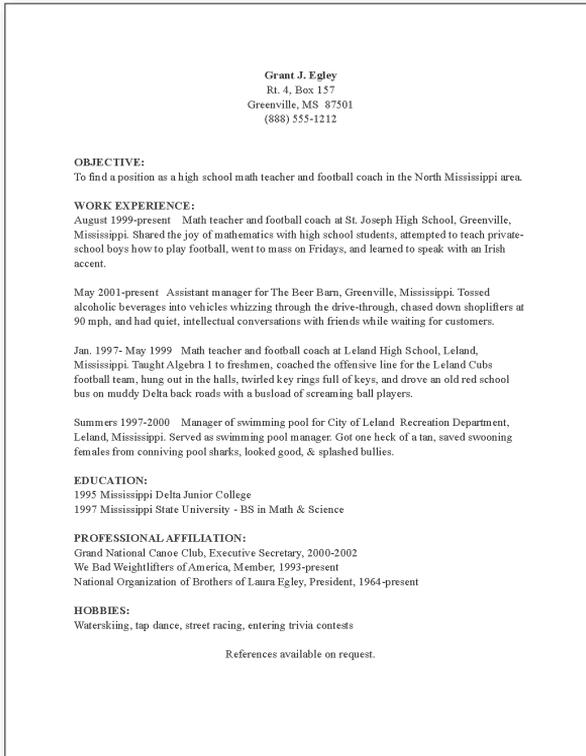
Мило и аккуратно, но ничто не привлекает к нему взгляд, а значит, ее никто и не читает.

Совершенно понятно, за счет чего здесь получается контраст. Для заголовков выбран более энергичный, жирный шрифт. Этот же шрифт я повторила (принцип повтора, помните?) в названии бюллетеня. Оно было набрано капителью, а теперь здесь есть строчные и заглавные буквы, поэтому я смогла увеличить кегль, что также способствовало усилению контраста. Раз заголовки стали такими сильными, то название вообще можно напечатать вывороткой, еще раз повторяя темный цвет и усиливая контраст.



Эта страница сильнее притягивает взгляд, чем предыдущая, согласны?

Контраст играет ключевую роль в структурировании информации. Взглянув на страницу, читатель должен мгновенно видеть, что к чему.



Перед вами довольно типичное резюме. Вся информация на месте, и если кто-то захочет ее прочитать, он ее прочтет, но внимание она не привлекает – это точно.

Есть и ошибки:

на странице сразу два типа выравнивания: по центру и по левому краю;

интервалы между разными разделами слишком невыразительны;

описания выполняемой работы смешиваются с основным текстом.

Обратите внимание, что применение контраста не только повышает привлекательность страницы, но и делает намного яснее структуру и цель документа.

Grant J. Egley

Route 4, Box 157
Greenville, MS 387501
(888) 555-1212

Objective

To find a position as a high school math teacher and football coach in the North Mississippi area.

Work Experience

August 1999–present **Math teacher and football coach** at St. Joseph High School, Greenville, Mississippi. Shared the joy of mathematics with high school students, attempted to teach private-school boys how to play football, went to mass on Fridays, and learned to speak with an Irish accent.

May 2001–present **Assistant manager** for The Beer Barn, Greenville, Mississippi. Tossed alcoholic beverages into vehicles whizzing through the drive-through, chased down shoplifters at 90 MPH, and had quiet, intellectual conversations with friends while waiting for customers.

Jan 1997–May 1999 **Math teacher and football coach** at Leland High School, Leland, Mississippi. Taught Algebra 1 to freshmen, coached the offensive line for the Leland Cubs football team, hung out in the halls, twirled key rings full of keys, and drove an old red school bus on muddy Delta back roads with a busload of screaming ball players.

Summers 1997–2000 **Manager** of the municipal swimming pool for the City of Leland Recreation Department, Leland, Mississippi. Got tan, saved swooning females from conniving pool sharks, looked good, and splashed bullies.

Education

1997 BS in Math & Science, Mississippi State University
1995 Mississippi Delta Junior College

Professional Affiliation

Grand National Canoe Club, Executive Secretary, 2000–2002
We Bad Weightlifters of America, Member, 1993–present
National Organization of Brothers of Laura Egley, President, 1964–present

Hobbies

Waterskiing, tap dancing, street racing, entering trivia contests

References available on request.

Ошибки были без труда исправлены.

Один тип выравнивания: влево. Как видите (см. рис. выше), один тип выравнивания не означает, что все выровнено **по одному и тому же** краю, а означает, что применено одинаковое выравнивание. Обе линии выравнивания выражены очень отчетливо и усиливают друг друга (выравнивание и повтор в действии).

Заметные заголовки: сразу видно, что это за документ, и каковы его ключевые положения (контраст в действии).

Составные части разделены более широкими интервалами, чем строки в абзацах (контраст пространственных взаимосвязей; приближенность в действии).

Заголовки и названия работ выделены жирным шрифтом (повтор в шрифтах заголовков); сильный контраст позволяет быстро просмотреть важные пункты.

Интересный контраст проще всего создать при помощи подбора гарнитур (этому уделено основное внимание во второй части данной книги). Но не забывайте о линейках, цвете, подборе расстояний между элементами, текстурах и т. п.

Если для разделения колонок выбрана волосяная линия, то линия, выполняющая на той же странице другую функцию, должна иметь толщину хотя бы два (а лучше четыре) пункта, но ни в коем случае не полпункта и не один пункт. Если вы добавляете на страницу второй цвет, чтобы что-нибудь подчеркнуть, убедитесь, что цвета контрастируют друг с другом, — темно-коричневый или темно-синий цвет не будет убедительно контрастировать с черным текстом.

The Rules of Life

Your attitude is your life.

Maximize your options.

Never take anything too seriously.

Don't let the seeds stop you
from enjoyin' the watermelon.

Be nice.

Контраст между шрифтами и линейками есть, но какой-то неубедительный.

Линейки имеют разную толщину. Это сделано специально или ошибочно?

The Rules of Life

Your attitude is your life.

Maximize your options.

Never take anything too seriously.

Don't let the seeds stop you
from enjoyin' the watermelon.

Be nice.

Благодаря сильному шрифтовому контрасту весь документ становится намного более динамичным и визуально привлекательным.

Контраст между линейками стал более отчетливым, и сразу понятно, что так и должно быть.

Вся таблица получилась выразительнее и утонченнее; хорошо видно, где она начинается и где заканчивается.

Информационный бюллетень, сверстанный в две высокие узкие колонки, должен иметь несколько четких заголовков, создающих на странице контрастный горизонтальный вектор.

Сочетание контраста с повторами, например при нумерации страниц, использовании буллетов или заголовков создает целостность и единство восприятия любого документа, независимо от его размера и количества страниц.

macintosh

New! Santa Fe Mac User Group

What is it?!
Most towns and cities have a Macintosh User Group (MUG) that provides information and support for anyone using a Macintosh in any field. Meetings are monthly. Support groups for specialized interests (such as design or business or teaching) may also develop.

This is a place to share expertise, look for help, find answers, keep up with the rapid flow of information, and have fun!

Am I invited?
Yes! Anyone who has anything to do with Macintosh computers is invited. Even if you've never used a Mac, you're invited. Even if you haven't even decided that a Mac is the right computer for you, you're invited.

Can I bring a friend?
Of course you can! Bring your friends, your mom and dad, your neighbors, your teenagers! You can bring cookies, too!

What'll we do there?
Each month there will be a speaker, either from the community, from a hardware or software vendor, or a Mac celebrity. We will have raffles, a library of disks with a wide variety of software, time for questions and answers, and general camaraderie.

And if you bring cookies, we'll eat cookies!

Can I get more involved?
We were hoping you'd ask. Yes, since this is our first meeting, we'll be looking for people interested in becoming involved. Many people are needed to sustain a viable and useful user group. We'll have a list of volunteer positions available, but you'd better volunteer quick because this is so much fun! We truly hope to create a strong and supportive community of Mac users.

When is it?
Our first meeting will be held on March 17 from 7 to 8:45 P.M.

Where is it?
This meeting will be held at the downtown Library, upstairs in the Community Room.

Does it cost money?
Nope. Not yet, anyway. Every user group has an annual membership fee to support itself. Meetings may eventually cost \$2 for non-members. So come while it's free!

Кроме шрифтового контраста, на этой странице наблюдается также контраст между длинным горизонтальным заголовком и узкими вертикальными колонками. Колонки являют собою примеры применения и повтора, и контраста.

Внизу вы видите типичный рекламный модуль из телефонного справочника. Кроме всего прочего, нехорошо, что текст набран шрифтом практически одной жирности и одного кегля. В результате все слова имеют почти одинаковое значение: «Builders Exchange Member» (участник строительной биржи) визуальнo так же важны, как «Remodel and Repair Specialists» (специалисты по ремонту и реконструкции). Но правильно ли это?

Определите, на что необходимо в первую очередь обратить внимание читателя, и привлечите его при помощи контраста. А потом усильте контраст, применив выравнивание и принцип приближенности.



С чего начать улучшение этого модуля?

Определитесь с центром внимания, а затем сделайте его заметным, увеличив кегль шрифта и выбрав жирное начертание.

Первые буквы сделайте прописными, откажитесь от капители.

Решите, на какие группы будет разбита информация, и объедините соответствующие элементы (правило приближенности), оставляя между группами свободное пространство, подчеркивающее взаимосвязи между ними.

Расположите все элементы вдоль жесткой линии выравнивания.

Удалите конфликтующие элементы:

непонятно, зачем нужна такая гипертрофированная рамка, ведь она не имеет здесь первостепенного значения;

читателю необходимо помочь сосредоточиться на сути рекламы, а здесь на значительную часть его внимания претендуют звездочки;

углы вполне можно оставить пустыми – одного орла вполне достаточно!

Некоторые элементы можно без опасений сделать маленькими, чтобы создать контраст с крупными элементами и свободное пространство. Достаточно привлечь читателей, создав центр внимания, и они, заинтересовавшись, прочитают и мелкий текст. Если же заинтересовать их не удастся, то не будет иметь никакого значения, *насколько крупными* вы сделаете элементы оформления.

Имейте в виду, что действуют и все остальные правила: приближенности, выравнивания и повтора. Они создают общий эффект. Очень редко при формировании страницы применяется лишь какой-то один принцип.

Construction Network

Remodel & Repair Specialists
Residential & Commercial

Full Service Construction

Custom work	Design and build
Additions	Alterations
Baths	Decks
Kitchens	Small jobs
Problem solving	Medical office construction
Architect / Engineer / Owner consultation	

Free estimates

717-567-8910

Builders' Exchange Member • LICENSE 123456



Кто-то может возразить, что это объявление не позволяет судить об индивидуальности хозяина бизнеса, тогда как предыдущее как раз позволяет. Но если исходить из предположения, что рекламное объявление должно привлекать людей, желающих потратить деньги, то какое из них произведет на потенциального клиента впечатление большего профессионализма и надежности?

Посмотрите, как и где именно применяются в нем принципы повтора и контраста. Этот рекламный модуль будет напечатан в телефонной книге, поэтому целесообразно применить принцип повтора, набрав номер телефона крупно и выделив его жирным шрифтом.

Из всех принципов дизайна интереснее всего применять принцип контраста, и эффект при этом достигается самый впечатляющий! Несколько простых изменений способны сделать заурядную работу очень эффектной.

HOW 'BOUT IT, PARDNER?

How'd you like to . . .

wake up with the sun, pour yourself a cup of coffee, and gaze out upon the open range from the steps of your bungalow?

Can you imagine . . .

spending the day outside, beneath a cloudless sky, putting in a hard day's work—working close to the land?

What if you could . . .

work on horseback, with your horse as your closest companion and trusty co-worker?

Ever wanted to . . .

taste the best vittles you've ever had at the end of a full day of riding, roping, and fencing?

Would you like to . . .

live the kind of life most people have only seen in the movies?

It's all possible!

Live the life you've dreamed about—be a cowboy!



For more info on how to saddle up and start your new career as a cowboy, contact us right away:
1-800-cow-boys
Iwannabe@acowboy.com

Помните рекламный модуль с ковбоем из главы 2? Это опять он, и все такой же немного вялый. А теперь взгляните, каким он стал, после того как мы добавили немного контраста (на противоположной странице).

Найдите как минимум четыре отличия, вызванных добавлением контраста.

На какое из этих двух объявлений вам бы, скорее всего, захотелось посмотреть второй раз? Вот она, сила контраста: затраты те же, а эффект куда сильнее. Всего несколько простых изменений, но какая потрясающая разница в ощущениях!

How'bout it, Pardner?

How'd you like to . . .
wake up with the sun, pour yourself a cup of coffee, and gaze out upon the open range from the steps of your bungalow?

Can you imagine . . .
spending the day outside beneath a cloudless sky, putting in a hard day's work—working close to the land?

What if you could . . .
work on horseback, with your horse as your closest companion and trusty co-worker?

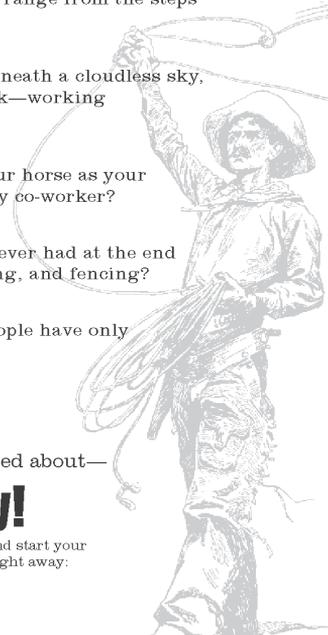
Ever wanted to . . .
taste the best vittles you've ever had at the end of a full day of riding, roping, and fencing?

Would you like to . . .
live the kind of life most people have only seen in the movies?

It's all possible!
Live the life you've dreamed about—

Be a cowboy!

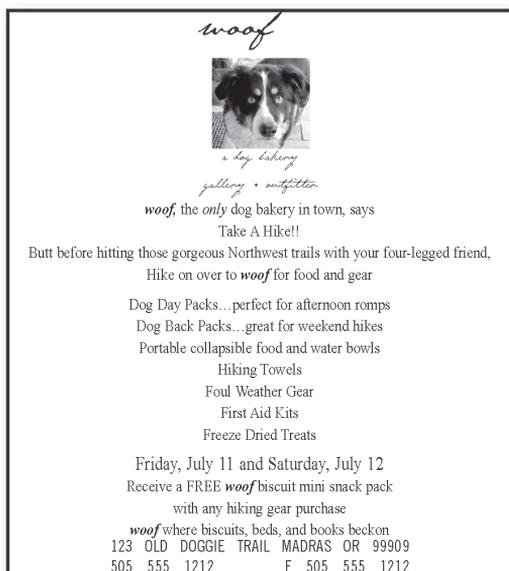
For more info on how to saddle up and start your new career as a cowboy, contact us right away:
1-800-cow-boys
Iwannabe@acowboy.com



Поменяв буквы в заголовке с прописных на строчные, я освободила место, смогла увеличить кегль и выделить заголовок жирным шрифтом. Чтобы соблюсти принцип повтора, я набрала тем же шрифтом слова «Be a Cowboy» в нижней части модуля. Укрупнила буквы вводного текста каждого предложения, чтобы он был немного заметнее.

И почему бы не увеличить ковбоя, чтобы он стал действительно большим (не будьте мямлей!). Роста он и вправду немаленького, но очень светлый, а потому не конкурирует с заголовком.

Конечно, редко необходимо усилить только контраст, но очень часто после этого все остальные аспекты приходят в норму. Например, элементы, создающие контраст, иногда могут применяться для реализации принципа повтора.



Это объявление было напечатано в одной небольшой газете. Контраста в нем явно недостаточно (еще надо отметить выравнивание по центру, унылый шрифт, пренебрежение принципами повтора и приближенности). В оформлении нет ничего, что сообщало бы желание прочесть этот документ. Щенок прелестный, но и только.

Впрочем, нельзя сказать, что контраста и повтора нет совсем (кстати, где они?), но они какие-то чахлые. Дизайнер сделал попытку, но проявил излишнюю застенчивость.

Вам наверняка приходилось видеть (а может, и создавать) массу подобных работ. В этом нет ничего страшного. Теперь-то вы знаете все.

Может показаться, что объявление, расположенное внизу, радикально отличается от предыдущего в лучшую сторону, но в действительности оно представляет собой лишь результат применения четырех основных принципов.

Итак, перечислю шаги, которые необходимо предпринять, чтобы превратить объявление на левой странице разворота в то, что расположено выше.

Избавьтесь от шрифтов Times Roman и Arial/Helvetica. Исключите их из своей **палитры шрифтов**. Поверьте на слово. (И еще избавьтесь от шрифта Sand.)

Долой **выравнивание по центру**. Знаю, что это нелегко, но без этого не обойтись. Потом, когда ваш глаз станет более изощренным, вы сможете вернуться к этим экспериментам.

Найдите самый интересный (или самый важный) элемент на странице и **подчеркните** его! В данном случае наибольший интерес представляет морда собаки, а роль самого важного элемента по праву принадлежит названию магазина. Какой смысл рекламировать магазин, если его имя никому неизвестно? Важнейшие элементы надо располагать поблизости друг от друга, чтобы **внимание читателей не рассеивалось**.

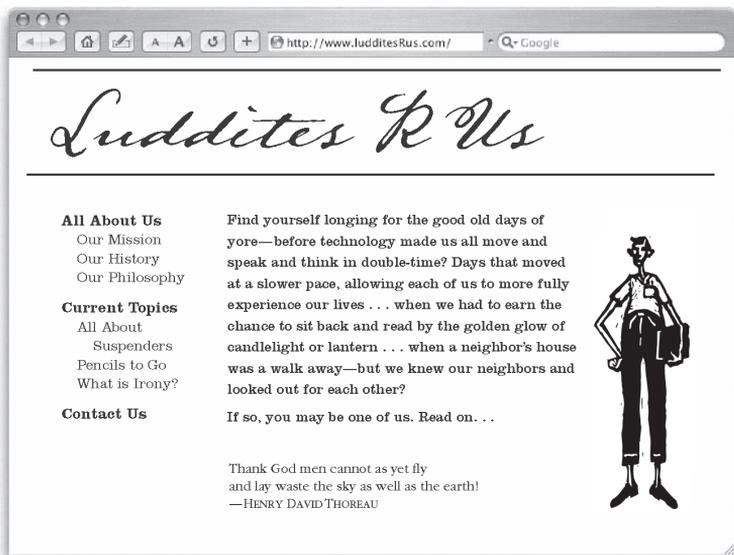
Разбейте информацию на логические группы. Разделить элементы или, наоборот, организовать связи между ними вам поможет свободное пространство.

Найдите элемент, подходящий для претворения в жизнь принципа **повтора** (не упуская из вида ни один элемент, отвечающий за контраст).

И самое главное - добавьте **контраст**. На приведенном выше объявлении черный цвет контрастирует с серым шрифтом, белым цветом, выбранной гарнитурой и начертанием.

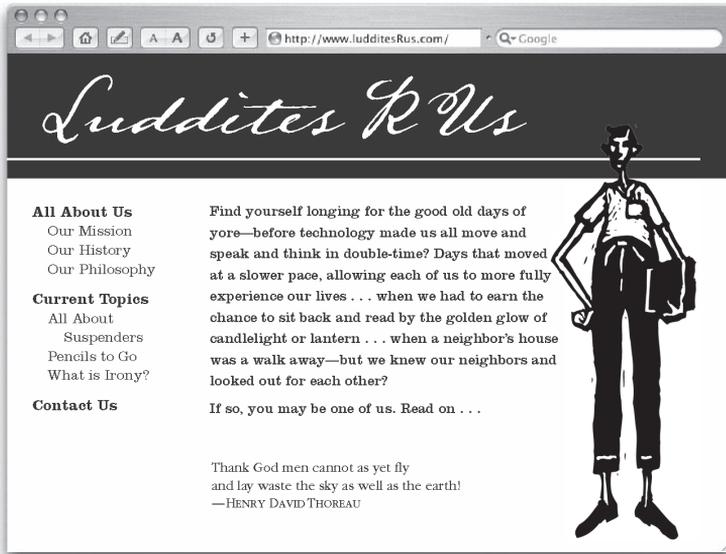
Над каждым принципом надо работать по-отдельности. Результат работы вас поразит – это я гарантирую.

Пример, расположенный ниже, взят из главы 2, в которой мы говорили о приближенности. Вполне приятно выглядит, но на следующей странице показано, какого эффекта можно достичь при помощи небольшого усиления контраста.



На этой веб-странице принцип контраста уже воплощен, но его можно усилить, применив и к некоторым другим элементам. Как добавить контраст за счет изменения цвета? А за счет размера?

Надеюсь, вы начинаете понимать, насколько важен контраст, и как на самом деле нетрудно его усилить. Надо только ясно осознавать это. А когда контраст уже создан, его элементы можно задействовать для реализации принципа повтора.



В данном случае я лишь добавила немного черного (или просто темного) фона и увеличила «ботаника». Страница стала динамичнее и интереснее.

В заключение о контрасте

Контраст привлекает внимание читателя к странице; нашим глазам *нравится* контраст. Если страница оформлена при помощи двух неодинаковых элементов (например двух гарнитур или разных длин строк), то эти элементы не могут быть *подобными*, они должны сильно отличаться друг от друга, иначе контраст не будет эффективным.

Применение принципа контраста можно уподобить закрашиванию пятна на стене – нельзя подобрать цвет *приблизительно*, совпадение цветов должно быть идеальным, а иначе приходится перекрашивать всю стену. Как говаривала моя бабушка, «*Почти попал*» считается, только когда бросаешь гранату или биту».

Главная цель

Главная цель, которую мы преследуем, применяя принцип контраста, двояка, и ее составляющие неотделимы друг от друга. Одна из них – **сделать страницу интересной**, потому что чем интереснее страница, тем больше вероятность, что ее прочитают. Другая – **способствовать структурированию** информации. Необходимо обеспечить читателю возможность сразу понять, как организована информация, увидеть логические связи между элементами страницы. Элементы, контрастирующие между собой, ни в коем случае не должны запутать, смутить читателя или создать центр внимания, который на самом деле внимание привлечь не должен.

Как реализовать контраст

Добавление контраста достигается за счет подбора шрифтов (об этом говорится в части II «Шрифтовой дизайн»), толщины линий, цветов, форм, размеров, распределения свободного пространства и т. п. Найти способ добавить контраст нетрудно и, наверное, это самый приятный и умиротворяющий способ сделать объявление визуально интересным. Но делать это надо энергично.

Чего следует избегать

Не будьте мямлей. Уж если взялись добавлять контраст, не жалейте на это силы. Не пытайтесь создать контраст, противопоставляя «вроде бы толстую» линию той, что «вроде бы чуть потолще», а коричневый текст – черным заголовкам. Не допускайте наличия в объявлении двух или более шрифтов, похожих друг на друга. Если элементы не повторяют друг друга в точности, **сделайте их разными!**

Обзор

Есть и еще один главный принцип, действующий в Дизайне (и в Жизни тоже):

Не будьте мямлей

Создавая свой Дизайн (или устраивая Жизнь), не бойтесь свободного пространства, ибо на нем отдыхает глаз (и Душа).

Не бойтесь нарушить центральную симметрию макета – это нередко усиливает эффект. Нет ничего плохого в том, чтобы сделать что-то неожиданное.

Пусть слова будут очень длинными или, наоборот, очень короткими; не стесняйтесь говорить громко или, наоборот, шепотом. К месту хорошо все.

Не бойтесь сделать иллюстрации слишком заметными или очень маленькими – главное, чтобы они дополняли или усиливали ваш замысел.

Посмотрим на этот довольно унылый титульный лист в свете каждого из рассмотренных принципов.

What Goes Around

Comes Around

Lessons from hitchhiking

across the country

Robin Williams

January 1, 2005

Довольно унылый, но типичный титульный лист: выравнивание по центру, строки равномерно заполняют страницу. Если бы вы не могли прочесть, что на нем написано, то подумали бы, что на странице перечислены шесть различных тем. Каждая строка кажется вполне самостоятельным элементом.

Приближенность

Если элементы имеют отношение друг к другу, сдвиньте их плотнее. *В противном случае* их надо изолировать. Расстояние между элементами должно указывать на важность или прочность связей.

What Goes Around Comes Around

Lessons from hitchhiking
across the country

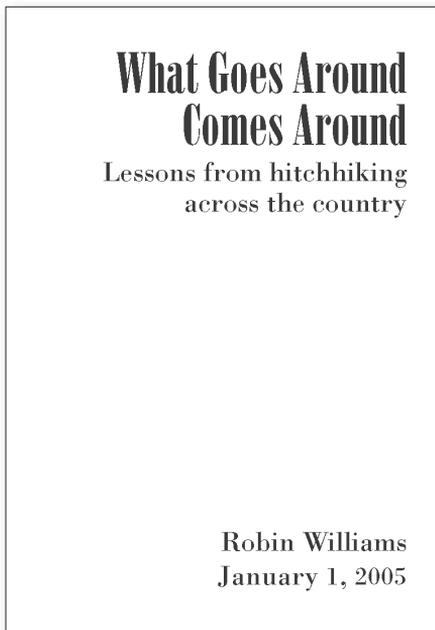
Robin Williams
January 1, 2005

Расположив заголовок и подзаголовок рядом, мы получили один четко обозначенный элемент вместо шести разрозненных. Теперь ясно, что две темы тесно взаимосвязаны.

Когда мы отодвигаем строки с фамилией автора и датой издания, сразу становится понятно, что информация, содержащаяся в них (хоть и связана с заголовком и, наверное, важна) не является его частью.

Выравнивание

Обдумывайте каждый элемент, помещаемый на страницу. Чтобы придать цельность всей странице, выровняйте элементы по краю какого-либо объекта. *Если* этот принцип соблюдается неукоснительно, *то* вы можете его изредка нарушать, и это не будет выглядеть ошибкой.



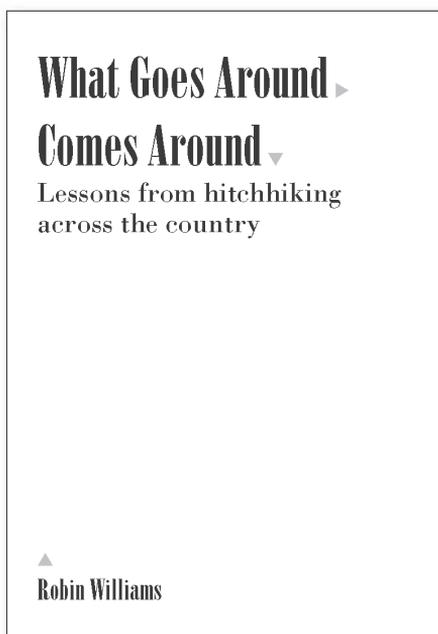
Имя автора далеко от названия, но благодаря выравниванию между этими двумя элементами есть визуальная связь.

Пример на предыдущей странице также выровнен, но по центру. Как видите, выравнивание по левому или правому краю (см. пример выше) создает четкую границу, линию, обеспечивающую уверенное движение взгляда.

Кроме того, выравнивание по одному из краев обычно придает странице более утонченный вид, чем выравнивание по центру.

Повтор

Повтор – это эффективный способ создания цельного образа. Прикиньте, какой из элементов, уже задействованных вами для реализации принципа повтора (маркеров, шрифтов, линий, цветов и т. д.), можно выдвинуть на роль уникального повторяющегося элемента. Повтор помогает усилить у читателя чувство понимания сути данной работы.



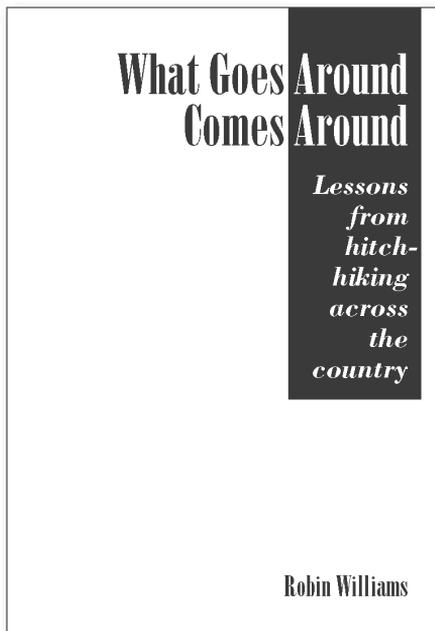
Характерный шрифт названия повторяется в строке с именем автора, что усиливает связь между этими элементами, хотя физически они и отдалены друг от друга.

Маленькие треугольники были добавлены специально для создания повтора. Все они направлены в разные стороны, но их форма достаточно индивидуальна, так что треугольники всегда можно узнать.

«Цвет» треугольников – это тоже элемент повтора. Повтор помогает связать воедино отдельные элементы дизайна.

Контраст

Эта страница сильнее притягивает взгляд, чем предыдущая, не так ли? Все дело в контрасте, который создается за счет противопоставления черного и белого. Способов добавления и усиления контраста много: при помощи линий, шрифтов, цветов, изменения пространственных взаимосвязей, направления текста и т. д. Вторая часть этой книги посвящена созданию контраста при помощи шрифтов.



В данном случае добавление контраста свелось к добавлению черного прямоугольника.

Я немного усилила контраст между элементами, набрав подзаголовков курсивом и противопоставив его основному заголовку и строке с именем автора. (Для заголовка выбран шрифт *Vodoni Poster Compressed*, а для подзаголовка – *Vodoni Italic*.)

Как в этом примере реализованы принципы приближенности, выравнивания и повтора?

Короткий тест №1. Принципы дизайна

Найдите семь отличий между этими двумя резюме. Обведите каждое из них и скажите, какой принцип дизайна тут нарушен. Что надо изменить?

Résumé: Dorothy Gail
Rural Farm Road #73
The Plains, Kansas

Education

- Plains Grammar School
- Plains High School, graduated with highest honors
- School of Hard Knocks

Work Experience

1956 Down on the Farm
1954 Up on the Farm
1953 Around the Farm

References

- Glinda the Good Witch
- The Great and Powerful Oz

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

6 _____

7 _____

Résumé

- ▼ Dorothy Gail
Rural Farm Road #73
The Plains, Kansas

Education

- ▲ Plains Grammar School
- ▲ Plains High School, graduated with highest honors
- ▲ School of Hard Knocks

Work Experience

- ▲ 1956 Down on the Farm
- ▲ 1954 Up on the Farm
- ▲ 1953 Around the Farm

References

- ▲ Glinda the Good Witch
- ▲ The Great and Powerful Oz

Короткий тест №2. Редизайн рекламы

Перед вами рекламное объявление, взятое из телефонной книги. Перечислите ее недостатки и пути их устранения.

Подсказки. Сколько разных гарнитур в этом объявлении? Сколько способов выравнивания? По какой линии следует выровнять все элементы? ПОЧЕМУ СТОЛЬКО ТЕКСТА НАБРАНО ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ? Объединены ли в группы близкие по смыслу элементы? Какие элементы пригодны на роль повторяющихся? Нужна ли здесь тяжелая рамка снаружи и тонкая внутри? Есть ли здесь центр внимания? Если нет, то почему, и как его создать?

Приложите к объявлению кальку и обведите его контуры. Теперь, перемещая кальку по объявлению, обводите отдельные элементы так, чтобы они расположились на ней иначе, чем на исходном объявлении. Переверстайте его так, чтобы получилась более профессиональная, четкая и внятная реклама. Найдите применение каждому из принципов дизайна: приближенности, выравниванию, повтору и контрасту.

Ancient City

Tile & Interiors

**“CONTRACTORS’ PRICES
TO THE PUBLIC”**

TILE • LINOLEUM
INSTALLATION AVAILABLE

- TALAVERA
- SALTILLO
- MONTERREY
- DALLAS CERAMICS
- AZTEC
- MIDSTATE
- QUALITY MARBLE

- LARGE SELECTION
OF TILES ON
DISPLAY

HOURS:
8:30 - 5 MON. - FRI.
9:00 - NOON SAT.

1776 CUPERTINO RD.
(ACROSS FROM HIGH SCHOOL NEXT TO EASY PRINT)

982-7219






**SANTA ANA'S
INTERIOR
HEADQUARTERS**

PARKING IN REAR

Заключение

На этом часть, посвященная дизайну, заканчивается. Может быть, в ней маловато примеров. Но примеры окружают вас повсюду, и я больше всего надеюсь, что мне удалось безболезненно привить вам **обостренную зрительную чувствительность**. Я подумывала о том, чтобы снабдить книгу приложением с готовыми вариантами дизайна, но, как совершенно справедливо говорится в известной пословице, «не тот помог, кто рыбой накормил, а тот, кто ловить научил».

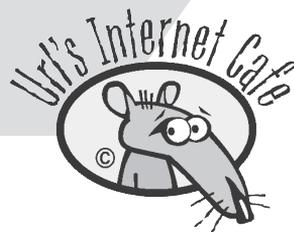
Помните, что профессиональные дизайнеры постоянно «крадут» идеи, осматриваются в поисках источника вдохновения. Если вы изготавливаете афишу, то найдите афишу, которая вам по-настоящему нравится, и измените макет в соответствии со своим заданием. Поставьте в него собственный текст и графику – и афиша станет вашей, единственной и неповторимой. Найдите визитную карточку, шапку информационного бюллетеня по своему вкусу и творчески их переработайте, сделайте своими. *В процессе переработки они изменятся и станут вашими*. Мы все так поступаем.

Я очень советую вам прочитать (если, конечно, вы еще этого не сделали) книги *The Mac is not a typewriter* или *The PC is not a typewriter*. Если вы до сих пор печатаете два пробела после точек, подчеркиваете текст, не ставите правильные апострофы и кавычки (“ и ”, а не «), то в их прочтении назрела *серьезная* необходимость.

А когда прочтаете данную книгу и усвоите все принципы, которые в ней рассмотрены, перейдите к книге *Robin Williams Design Workshop*. Она снабжена цветными иллюстрациями и посвящена более сложным вопросам дизайна.

А пока желаю приятного чтения. Не скучайте. Не принимайте слишком серьезно все эти дизайнерские премудрости. Обещаю, что, если вы просто будете следовать этим четырем принципам, у вас будут получаться, интересные, живые, упорядоченные страницы, которыми вы будете гордиться.

Секреты и хитрости



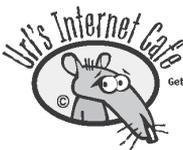
В этой главе мы займемся созданием пакета рекламных и вспомогательных материалов для вымышленной компании под названием *Url's Internet Cafe*¹. Я буду говорить о массе приемов и трюков, но в каждом проекте, независимо от его величины, применение рассмотренных четырех принципов будет для вас очевидным.

Глава содержит рекомендации по разработке визитных карточек, фирменных бланков, конвертов, флаеров, информационных бюллетеней, буклетов, открыток для прямой почтовой рекламы, рекламных объявлений для публикации в газетах и сайтов.

¹ Сайт *UrlsInternetCafe.com* действительно существует, но материалы, представленные в этой главе, не предназначены для продажи. То есть они *были* для нее предназначены, но online fulfillment company, с которой мы работали, прекратила свою деятельность, и все наши замечательные материалы пропали.

Разработка фирменного стиля

Одна из важнейших черт фирменного стиля состоит в том, что он удовлетворяет принципу повтора: все элементы стиля должны быть оформлены единообразно и содержать узнаваемую характерную картинку. Посмотрите на представленные внизу элементы, созданные для URL's Cafe. Скажите, чем конкретно обеспечивается соблюдение принципа повтора?



Uri's Internet Cafe
Get on the Internet and do Stuff.

Uri Ratz
General Manager
Browser Dawg
Director of
Human Resources

October 9

Egley & Taylor Coffee Roasters
1234 Java Court
Santa Fe, New Mexico 87505

Dear Laura and Tim,

This letter is to confirm our conversation new line of teas and coffees to Uri's Inte caffeine blend, deadline.caf, is selling gre coffees. We would like to add the mango and the organic green tea. We'll send ov purchase orders on Monday.

It's always a pleasure doing business wi

Thank you very much,

Uri Ratz and Browser Dawg
Self-Proclaimed Internet Icons

uri@Uri'sInternetCafe.com
www.Uri'sInternetCafe.com

Booth #317 is the rattiest booth in this whole show.

And we're proud of it!



Stop by booth #317 to see what the deal is with the sleazy rat and why the show organizers haven't called in security or at least the exterminators. Or go to www.Uri'sInternetCafe.com if you don't have time to visit the booth.

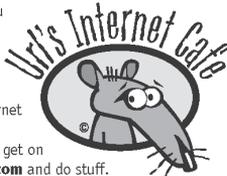


Uri's Internet Cafe
Get on the Internet and do Stuff.

Uri Ratz
General Manager
uri@Uri'sInternetCafe.com
www.Uri'sInternetCafe.com
505.424.1315 v
505.438.3762 f
P.O. Box 23465
Santa Fe
New Mexico
87502

Great gift ideas for y
Internet-obsessed friends

Ratz! That's what you usually say when you realize the holidays are here and you haven't done diddly-squat for shopping. But now when you say "Ratz!" you're reminded of Uri Ratz and his Internet Cafe full of unique gifts developed just for Internet mavens like you and your screen-radiated friends and relatives. Happy Holidays. Now get on the Internet at www.Uri'sInternetCafe.com and do stuff.



Визитные карточки

Добавляя второй цвет, не переусердствуйте. Почти всегда максимальный эффект дает буквально крошечная капелька, так что не надо заливать вторым цветом всю карточку.

Узнайте в типографии, сколько копий визитной карточки надо расположить на одной странице, и какой между ними должен быть интервал. Спросите, не напечатают ли они визитки из вашего файла PDF (если вы не знаете, как сделать файл PDF, зайдите на сайт Adobe, www.adobe.com). Или купите перфорированные заготовки для визитных карточек, в которые можно впечатывать данные на офисном принтере (хотя перфорированные края не украсят имидж вашего бизнеса).

Размеры визитной карточки

В США стандартный формат визитки – 3,5×2 дюйма (8,5×5,5 см). Вертикально ориентированные карточки, конечно, имеют формат 2×3,5 дюйма.



По договору между издательством «Символ-Плюс» и Интернет-магазином «Books.Ru – Книги России» единственный легальный способ получения данного файла с книгой ISBN 978-5-93286-116-5, название «Дизайн для НЕдизайнеров» – покупка в Интернет-магазине «Books.Ru – Книги России». Если Вы получили данный файл каким-либо другим образом, Вы нарушили международное законодательство и законодательство Российской Федерации об охране авторского права. Вам необходимо удалить данный файл, а также сообщить издательству «Символ-Плюс» (piracy@symbol.ru), где именно Вы получили данный файл.

А вот это попробуйте...



Выровняйте элементы! На визитке все должно быть выровнено.

Выровняйте базовые линии.

Выровняйте правые или левые края.

В большинстве случаев строгое выравнивание по правому или левому краю выглядит намного профессиональнее, чем выравнивание по центру.



Указывая региональные коды, попробуйте окружать их не скобками, а точками, небольшими маркерами или пробелами. Тогда визитка будет выглядеть опрятнее.

Попробуйте произнести St., Blvd., Ln., etc.

Точки и запятые в сокращениях только загромождают текст.

Если у вас нет факса, не печатайте слово «телефон» рядом с телефонным номером. Потому что и так понятно – это телефон.



Хитрости дизайна визиток

Дизайн визиток может вызвать затруднения, потому что, как правило, надо ухитриться разместить массу информации на довольно ограниченном пространстве. Причем этой информации становится все больше: к почтовому адресу и обычному телефону добавляются сотовый телефон и факс, адрес электронной почты и веб-адрес, если у вас есть сайт (а он должен быть).

Формат

В первую очередь надо определиться, **горизонтальным** или **вертикальным** он будет. Вовсе необязательно выбирать горизонтальный только потому, что большинство визиток горизонтальные. Очень часто вертикальная визитка смотрится лучше, особенно если информации на ней много. Поэкспериментируйте и с горизонтальным, и с вертикальным макетом. *Выберите тот, который лучше подходит для данного конкретного случая.*

Кегль шрифта

Самые большие трудности у начинающих дизайнеров вызывает выбор размера шрифта. Обычно шрифт оказывается **слишком крупным**. На маленькой визитке неуклюже выглядят даже слова, набранные кеглем 10 или 11 пунктов, к которому мы привыкли в книгах. А если кегль увеличить до 12 пунктов, визитка приобретет совершенно дурацкий вид. Я знаю, что на первых порах нелегко привыкнуть к кеглю 9, 8 или даже 7 пунктов, но посмотрите на собранные вами визитки. Выберите три самые изящные и профессиональные. Шрифта в 12 пунктов вы там не найдете.

Имейте в виду, что визитная карточка – это не книга, не буклет и даже не рекламное объявление. На то, что написано на визитке, обычно смотрят секунды две-три. Иногда куда важнее сделать дизайн визитки изощренным, чем увеличить кегль шрифта, добиваясь, чтобы его без труда могла прочитать ваша прабабушка.

Визитка должна быть выполнена в одном стиле с конвертами и фирменными бланками

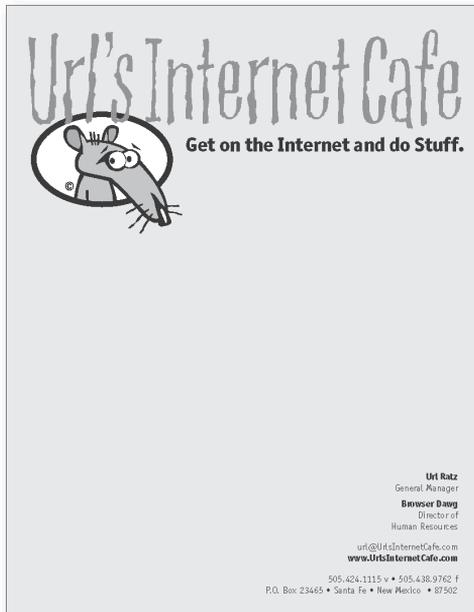
Если вы собираетесь создавать фирменные бланки и конверты в том же стиле, что и визитку, все это надо делать сразу. Весь пакет документов фирменного стиля должен демонстрировать клиентам и покупателям **цельный образ**.

Фирменный бланк и конверты

Конечно, немного найдется людей, которые, глядя на бланки и конверты компании, говорят себе: «Ах, какая прелесть, я устрою свой заказ» или: «Смотреть противно, заказ отменяется» (но моя подруга Лора выбрала себе телефонную компанию именно так). Однако, глядя на бумаги, олицетворяющие ваш фирменный стиль, люди *что-то* о вас думают, причем это что-то может быть как положительным, так и отрицательным, в зависимости от дизайна бумаг и впечатления, которое они производят.

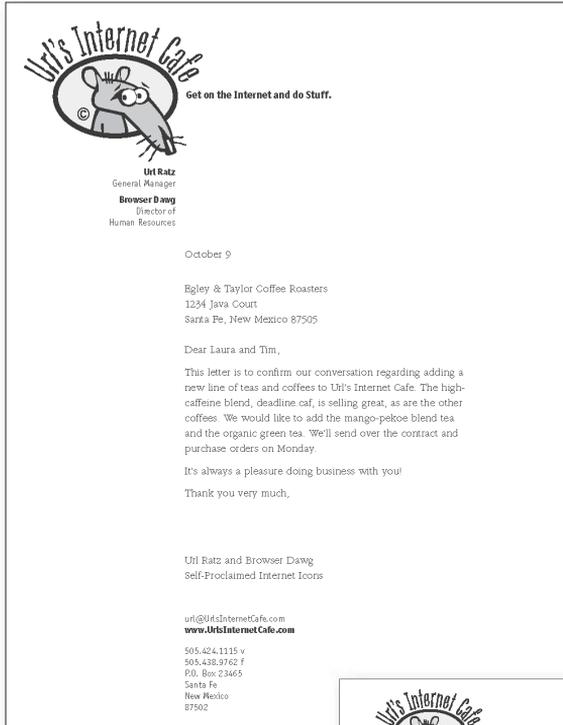
Все – от качества выбранной вами бумаги до дизайна, цвета, шрифтов и конверта – должно внушать людям доверие к вашему бизнесу.

Содержимое письма, конечно, имеет важнейшее значение, но нельзя недооценивать и влияние, которое производит фирменный бланк сам по себе на подсознательном уровне.



Долой сомнения! Смелей вперед!

А вот это попробуйте...



Обратите внимание, что эти три элемента фирменного стиля сверстаны совершенно одинаково. Чтобы придуманный вами макет подходил для каждого из них, над ними надо работать в одно и то же время.



И не стесняйтесь работать со шрифтом, как это диктует ситуация: можно делать это щедро, не жалея букв, а можно и скромно, экономно.

Попробуйте нарушить центральное выравнивание. Жесткие линии выравнивания влево и вправо делают дизайн более выразительным.

Хитрости дизайна фирменного бланка и конвертов

Фирменный бланк и конверт следует разрабатывать вместе с визитной карточкой. По ним должно быть видно, что это элементы одного фирменного стиля. Если сначала вы даете кому-либо визитную карточку, а позже посылаете письмо, последнее должно усиливать впечатление, произведенной первой, и наоборот.

Размер конверта

Стандартный конверт для документов имеет формат 9,5×4,5 дюйма и называется конвертом №10. В Европе размер стандартного конверта, называемого С4, составляет 110×220 мм.

Создайте фокус внимания

Один элемент должен **доминировать**, причем необходимо, чтобы характер его доминирования был одинаковым и на фирменном бланке, и на конверте (и на визитке тоже).

Выравнивание

Придерживайтесь одного типа **выравнивания**! Не надо ставить один элемент по центру страницы, а все остальное выравнивать влево. Будьте смелее – попробуйте выровнять все вправо и оставить большое расстояние между строками. Наберите название компании очень крупно через всю верхнюю часть страницы. Поместите увеличенный логотип (или его часть) в качестве фона на область, где будете печатать тексты писем.

Создавая фирменный бланк, постарайтесь сделать так, чтобы он, будучи заполнен содержимым, гармонировал с фирменным стилем в целом.

Вторая страница

Если вы можете себе позволить двухстраничный фирменный бланк, возьмите **небольшой элемент**, присутствующий на первой странице, и поставьте его на вторую. Если вам нужна, скажем, тысяча фирменных бланков, напечатайте экземпляров 800 первой страницы и примерно 200 – второй. И даже если вы не собираетесь печатать вторую страницу, все равно припасите несколько сотен чистых листов такой же бумаги, чтобы было на чем печатать длинные письма.

Отправка по факсу и копирование

Если предполагается отправка писем на фирменных бланках по факсу или их копирование, не выбирайте темную бумагу или бумагу, покрытую пятнышками. Старайтесь, чтобы на фирменном бланке не было больших областей с черной заливкой или печати вывороткой, не применяйте мелкие шрифты, которые при копировании или передаче по факсу могут потеряться. Если по факсу будет отправляться *много* документов, имеет смысл подготовить две версии фирменного бланка: одну – для печати и одну – для факса.

Флаеры

Делать флаеры – одно удовольствие, потому что при этом можно со спокойной душой игнорировать строгости и ограничения! Вот где можно дать волю фантазии и по-настоящему привлечь к себе внимание. Нередко их вывешивают на досках объявлений, где они соперничают с десятками других страниц, стараясь завладеть вниманием прохожих.

Флаер – это одно из самых подходящих мест для использования разных забавных шрифтов, а забавная гарнитура – это лучшее средство привлечь **внимание к заголовку**. Не будьте мямлей – не упускайте долгожданный шанс применить один из этих действительно оригинальных шрифтов!

А какой это прекрасный случай поэкспериментировать с графикой! Просто *попробуйте* увеличить картинку или фотографию хотя бы в два раза по сравнению планируемым изначально размером, наберите заголовок кеглем 400 пунктов, а не 24, или создайте минималистический флаер, поместив в середину страницы одну строчку текста высотой 10 пунктов и небольшой блок текста в ее нижнюю часть. Все, что выходит за рамки обычного, заставит людей остановиться, а ваша цель на 90% заключается именно в этом.

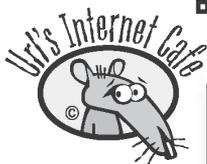


Ни в коем случае!

*Booth #317 is the rattiest booth in
this whole show.
And we're proud of it.*

Stop by booth #317 to see what
the deal is with the sleazy rat and
why the show organizers haven't
called in security or at least the
exterminators.

*Or go to
www.UrlInternetCafe.com
if you don't have time to visit
the booth.*



Не заменяйте дефисами
маркеры списков.
В качестве маркеров
возьмите символы
из шрифта Wingdings
или Zapf Dingbats.

Не выравнивайте
элементы оформления
по центру и не
занимайте углы
маленькими фрагмен-
тами текста!

Не допускайте серого,
унылого дизайна –
добавьте контраст!

Не разрывайте строки
в неподходящих местах,
следите за правильно-
стью расстановки
переносов.

Не ставьте все
подряд в рамки!
Пусть рамка
вокруг текста
будет результатом
строгого выравни-
вания.

Свободное простран-
ство, окружающее
элементы, необходи-
мо подбирать
индивидуально.
Если они объединены
общим смыслом,
сдвиньте их ближе
друг к другу.

Не применяйте
шрифты Times, Arial
и Helvetica.

ATTENTION CONFERENCE AT- TENDEES:

- Never before has this conference allowed
booth space for such a disgusting character as
Url Ratz.

- Stop by booth #317 to see what possible
redeeming traits he could possibly have that
would allow someone like him into this ex-
hibit hall.

-While you're there, get some free stuff be-
fore they call in the exterminators.

- Or stop by his web site:
www.UrlInternetCafe.com

URL'S INTERNET CAFE
www.UrlInternetCafe.com



А вот это попробуйте...



Как можно сильнее увеличьте заголовок или иллюстрацию.

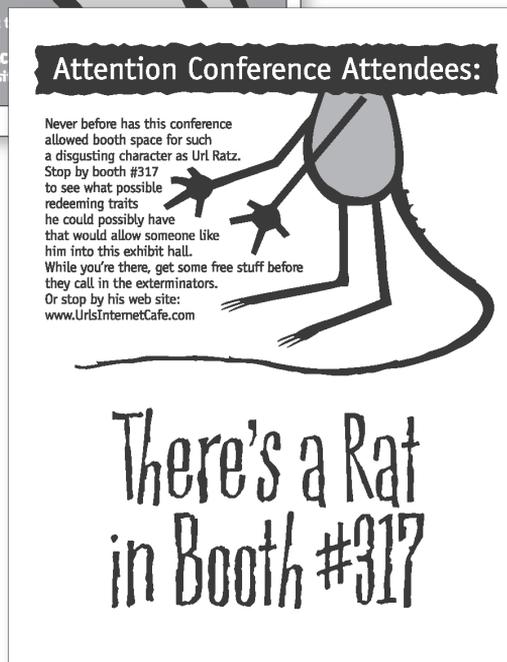
Не стесняйтесь щедро применять необычные шрифты.

Откадрируйте фотографию или иллюстрацию в узкую вертикальную полосу и пустите ее по левому краю флаера, текст выровняйте по левому краю.

Впрочем, иллюстрацию можно расположить вдоль правого края, также выровняв вправо текст.

Сверстайте текст в несколько колонок, применив в каждой выравнивание влево.

Основной текст на флаере вполне можно сделать относительно мелким. Если вам удастся завладеть вниманием читателя, он справится и с мелким шрифтом.



Хитрости дизайна флаеров

Самые большие недостатки флаеров, создаваемых начинающими дизайнерами, – это плохой контраст и хаотичность представления информации. Они стремятся все сделать большим, полагая, что это нужно, чтобы привлечь внимание предполагаемых читателей. Беда в том, что если *все* элементы крупные, то *ни один* из них ничего внимания не привлечет. Создайте заметный центр внимания и добавьте контраст, призванный структурировать информацию и вести взгляд читателя по странице.

Создайте фокус внимания

Поместите на страницу один очень крупный, интересный и **выразительный** элемент. Если фокус внимания притянет взгляд читателя, то вероятность того, что остальной текст будет прочитан, увеличится.

Добавьте контрастные подзаголовки

Добавьте выразительные (как визуально, так и вербально) подзаголовки, чтобы читатель мог быстро **просканировать** флаер и схватить суть сообщения. Если его не заинтересуют подзаголовки, то и все остальное он читать не будет. Если же подзаголовков не будет вовсе, и читателю придется разбирать каждое слово, он не будет пытаться понять, о чем сообщается в основном тексте.

Повтор

Какой бы шрифт вы ни выбрали для заголовка – уродливый, красивый или самый обыкновенный (но необычным способом), попробуйте набрать им небольшую часть основного текста, чтобы реализовать принцип **повтора**. Может быть, всего одну букву или слово. Повторите его в подзаголовках, сделайте буквицу или, скажем, маркеры. Сильный шрифтовой контраст сделает флаер интереснее.

Выравнивание

И помните: придерживайтесь одного типа выравнивания! Не надо выравнивать заголовок по центру, а основной текст – влево, или все содержимое страницы – по центру, а потом какие-нибудь элементы – по нижним углам. Будьте выразительны. Не робейте. Попробуйте выровнять все влево или вправо.

Информационные бюллетени

Одна из самых важных характеристик многостраничной публикации – единообразие оформления, или соблюдение **принципа повтора**. Каждая страница должна выглядеть так, чтобы было понятно, что она принадлежит какому-то более крупному целому. Этого можно добиться при помощи работы с цветом, графикой, шрифтами, расположением элементов, маркированными списками, повторяя стиль форматирования, рамки вокруг фотографий, подрисовочные подписи и т. д.

Конечно, это не значит, что все должно выглядеть совершенно одинаково! Однако (как и в жизни), если вы стоите на крепком фундаменте, ничто не мешает вам радостно оторваться от него (и никто за вас не испугается). Поэкспериментируйте с графикой, кадрируйте фотографии, делая их узкими или широкими (даже на ширину трех колонок). Имея такой крепкий фундамент, можно хоть письмо от президента сверстать в специальном формате, и оно будет выделяться.

Свободное пространство в информационном бюллетене приветствуется. Надо лишь избегать образования его изолированных пятен, окруженных другими элементами. Свободное пространство необходимо структурировать, как и видимые элементы. Пусть оно будет, и пусть такое пространство образует поток.



В дизайне информационных бюллетеней одно из первых мест по важности и увлекательности занимает дизайн шапки (называемой иногда «флагом» – flag). Этот элемент определяет тональность всего содержимого информационного бюллетеня.

Ни в коем случае!

RAT TALES

News from Uri's Internet Cafe
Volume 1, Number 1



What's Up at Uri's Internet Cafe?

There's always something happening at Uri's Internet Cafe. Drop in anytime, day or night—no reservation necessary. You'll always find friendly members, coffee, t-shirts you just gotta have, music, cartoons, witty party snafus, captions, provocative conversation if you're really lucky, and a few laughs.

FOR BEGINNERS ONLY

If you're new to the Internet and this World Wide Web, stop at the front porch and have **Brewer Neckbeard** give you a guided tour. You'll meet

all right.

THE SPORTS BAR
Get in on the new news of what's happening in the sports world. You won't hear this on prime time.

THE NAVIGATION BAR
Coming soon! Even we don't know what this is yet!

THE GIFT SHOP AND BOOKSTORE

Be the first in your studio (maybe the first in the world!) to get Uri's t-shirts, sweatshirts, **caps, RatPak, Brewer Neckbeard, TMI items, and more. Show a whole**

what you think, what you want to measure or less of whom you want to see in prints, and more. Details on the web site!

THE CHANGING ROOM
Meet dear **Amanda Reckonwith**, the most stunning and sexy drag queen on the Internet. "Change your mind, change your future, but at least change your wardrobe!"

THE BACK PORCH
Come on out to the back porch (located far away from our front) outdoor steps featuring **Uri and his crazy Internet world.**

You want products? We got products!

Would you buy a lab coat from an ugly rat? You might not think so now, but just wait 'til you see the lab coats, t-shirts, caps, polo shirts, special coffee, tea, mug, RatPak, and other great gift ideas at Uri's Internet Cafe. You need a lab coat. You could also use a t-shirt that tells your clients the Internet facts of life. And coffee blends specifically for web surfers. You'll spend matching money for the coffee and most likely you'll wear original RatPak to replace those chunky old mouse pads you have lying around the office.

Did I mention polo shirts, caps, gift boxes, and dog-eggs? Prep are yours for the Technology Age with Uri's Internet Cafe for real! Browse and a safe full of education, fun stuff and a lot of loonies.

Are you really reading this tiny little type? You might not think so now, but just wait 'til you see the lab coats, t-shirts, caps, polo shirts, special coffee, tea, mug, RatPak, and other great gift ideas at Uri's Internet Cafe.

You need a lab coat. You could also use a t-shirt that tells your clients the Internet facts of life. And coffee blends specifically for web surfers.



And for beginners only

If you've never been to the World Wide Web before, or if you're still a little new and intimidated, let Brewer show you around. Walk through this web site and learn the difference between the Internet and the World Wide Web, what exactly are web pages, what's a browser and why do you need one, what are search engines, where do you mail them, and how do you connect to find specific items of interest, how to get around web pages, what to expect from the Internet, how to "download" files, how to customize your browser, so it suits the way you want to surf, and even how to make your own web page.

There's also a glossary of common Internet-related terms with definitions you can actually understand, and sources for where you can find more information about all sorts of aspects of the Internet and the World Wide Web. By the time you finish browsing Brewer's beginner site, you won't be a beginner anymore!



THE SITCOM!

Uri's Internet Cafe is a television sitcom, a series between "Cherry" and "Gandalf" that takes place at Uri's Internet Cafe. Uri's Cafe is an old clapboard house with a front porch, back porch, basement, and attic. Uri's is a comfortable, interesting place that doesn't look very high-tech, except that it has lots of computers connected to a high-speed line. This hilarious sitcom provides computer news with a high knowledge of the Internet world, new technology, and gives non-computer people a peek into that online world in a different way. It hits in all those things that even the general public has no understanding of—computer relationships, additc, senior online, etc.

There are, of course, the stars of the show and the standard stereotypes who appear regularly: that the show also features regular guest appearances by people like **Cory Kowalski, Bob LeVine, Steve Wozniak, the Message boys, the Yahoo boys, and Kai Kuzawa**, as well as **Jeffrey, Michael, and Wanda** stars who have home pages. **And people—like David Adams, the other John Will, Hillary Clinton, Scott**

Adams, and Dave Barry all stop by now and then because they're so awesome.

The Cast of Characters

Uri's Cafe proprietor is the cafe. He's a sleazy but lovable rat. On the Internet, I'm rich and I'm handsome and I sing well, too." He loves this technology, but is also a little dim and a bit of a jerk.

Brewer Neckbeard, the dog on the team, he's a real dog! On the web site Brewer is the one who starts the program on the Internet and the World Wide Web. He loves everything and everything Except **Dennis** and her son **Carl**.

Amanda Reckonwith, drag queen, hangs out in the basement. "Come down to my level," she says. **Amanda** writes children's special advice column on the web site.

Grindus Ada, the tech support. She's a bit chubby, but is incredibly smart about technology. **Philly** hangs out in their place regularly. **Philly** has several online girlfriends.

Paul, Uri's girlfriend, is a cranky one. Unlike the snuggles with burning sage, brings in hard-core readers and radio readers and documents and



Придумывая шапку (заголовок на первой странице) для своего информационного бюллетеня, ни в коем случае не ямлите. Скажите всем, кто вы такой!

Информационный бюллетень не должен быть серым и безликим. Там, где это уместно, используйте контрастные шрифты, выноски и другие визуально интересные элементы, притягивающие взгляд читателя к странице.

VISIT URI'S INTERNET CAFE TODAY!



There's only one place in the world where you can get such a variety of... and that's our web page. Created by web designers for web designers, we guarantee you won't find anything that makes you happy or something that is just like our yours. And how many can make that kind of promise? The first person at www.Uri'sInternetCafe.com.

Wherever you do, don't write a word of this copy pasted to fill the page with text. Who wants to read another word? We have enough to do in our web. Instead, use that space to be creative! Or just do it. Now, by the author, again.

Book Here
Purchase
Powerful
Now!

Но не переусердствуйте — не меняйте шрифт в каждой новой статье. Если вы создадите крепкую последовательную структуру, поддерживающую весь бюллетень, то сможете обратить внимание читателя на какой-нибудь необычный материал, оформив его иначе.

Если все элементы разные, то среди них не видны и особенные.

P.O. Box 21460
Santa Fe, New Mexico 87502
905.424.1157
905.438.9742
www.Uri'sInternetCafe.com
www.Uri'sInternetCafe.com

News: 800-999-4444
also from Creative People
© Copyright
URI, INC. All Rights Reserved
Dennis

Хитрости дизайна информационных бюллетеней

Самые крупные недостатки информационных бюллетеней – плохое выравнивание, слабый контраст и избыток шрифта Helvetica (известного также под именем Arial).

Выравнивание

Выберите тип выравнивания и придерживайтесь его. Поверьте на слово – информационный бюллетень будет выглядеть выразительнее и профессиональнее, если строго соблюсти выравнивание по левому краю. Вообще все должно быть выровнено. Если в оформлении участвуют линейки, их тоже необходимо выровнять, скажем, по низу или краю колонки. Фотографии, выступающие за пределы колонок хотя бы на четверть дюйма, следует откадрировать.

Если все элементы аккуратно выровнены, то при удобном случае вы сможете это выравнивание нарушить. Но если уж соберетесь нарушить, нарушайте от души (иначе лучше и не пробовать). Если какой-то элемент не выровнен *чуть-чуть*, это выглядит как ошибка. Если фотография не помещается в колонке, она должна выступать за ее пределы так, чтобы это бросалось в глаза.

Абзацные отступы

В первых абзацах (даже тех, которые расположены сразу за подзаголовками) не должно быть отступов. Для отступа следует задавать стандартное значение, равное одной круглой шпации, при этом величина отступа приравнивается к кеглю шрифта (т. е. если кегль шрифта равен 11 пунктов, то и отступ должен составить 11 пунктов – примерно два обычных пробела, и никак не пять). Если в параметрах абзаца заданы отбивки сверху и снизу, отступ не задается.

Только не Helvetica!

Если информационный бюллетень выглядит серо и неинтересно, его нетрудно оживить, выбрав для заголовков и подзаголовков выразительный, тяжелый рубленый шрифт. Но не Helvetica. Шрифт Helvetica (или Arial), по умолчанию установленный на любом компьютере, недостаточно рельефен и выразителен, чтобы создать сильный контраст. Не пожалейте денег на рубленую гарнитуру, в которой есть и тяжелое черное, и легкое начертания (например, Eurostile, Formata, Syntax, Frutiger или Myriad). Это жирное начертание примените к заголовкам и врезкам – результаты вас приятно удивят.

Удобочитаемый основной текст

Не применяйте рубленые гарнитуры к основному тексту, и тогда его удобочитаемость будет на высоте. Попробуйте лучше какую-нибудь классическую гарнитуру старого стиля с засечками (Garamond, Jenson, Caslon, Minion, Palatino и т. д.) или светлую брусковую (Clarendon, Bookman, Kepler или New Century Schoolbook). Текст, который вы читаете в настоящую минуту, набран шрифтом Warnock Pro Light от Adobe.

Буклеты

Буклеты – это быстрый и недорогой способ заявить во всеуслышание о своем новехоньком бизнесе, организации фонда помощи одноклассникам или грядущей командной игре. Живость и удачный дизайн могут сделать буклет настоящей приманкой для читателей, завлекая их и преподнося информацию в приятной и необременительной манере.

Вооружившись основными принципами дизайна, вы сможете создавать собственные буклеты, от которых невозможно будет оторвать взгляд. На следующих нескольких страницах мы поместили некоторые советы, призванные помочь вам в этом.

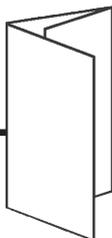
Прежде чем заняться дизайном, сложите из листа бумаги прототип предполагаемого буклета и сделайте заметки на каждой странице. Представьте себе, что он только что оказался у вас в руках, и подумайте, в каком порядке вы просматриваете страницы.

В каком порядке предстают они перед читателем, открывшим буклет? Между прочим, обложка не должна огорошивать его сведениями о копирайте и контактной информацией.

Размеры первой и последней страниц не должны быть одинаковыми! Сложив лист бумаги, измерьте ширину первой и последней страниц.

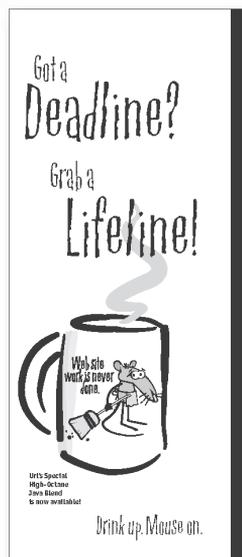
Ничего хорошего не получится, если вы **без затей разделите 11 дюймов (27,94 см) на три равные части.**

И не забудьте о сгибах – это очень важно. Существенная информация не должна потеряться в складках! Если на каждой странице буклета есть **жесткая линия, по которой выровнен текст**, то иллюстрации вполне можно расположить так, чтобы они перекрывали пространство между колонками и попадали на сгиб (см. пример на с. 109).



Буклеты в три сложения (см. рисунок слева), безусловно, получили самое широкое распространение (ведь именно для них так хорош формат А4), но есть и масса других вариантов. Наведите справки в типографии.

Примеры буклетов в три сложения (как этот) на следующих страницах ориентированы на стандартный формат 21,59×27,94 см.



Буклет может стать вашим главным маркетинговым инструментом

А вот это попробуйте...

Uri Ratz®, to be specific.

I'm Uri. I'm a rat.
As Head-Rodent-In-Charge (HRIC) of Uri's Internet Cafe, it's my job to keep the cafe stocked with stuff that most computer users need... like lab coats and RatPads® with my picture on them. I feel confident that you won't find anything *uglier* more useful anywhere.

Got on the Internet and do stuff.

VISIT Uri's Internet Cafe on the World Wide Web and meet all the cafe regulars: Browser, the full-blooded Net-Hound; Phai, Uri's Luddite girl friend; DimDium, the humorist and jester; Buck Bighead, DimDium's thespian son-in-law; Amanda KickinWith, advice columnist; also special columns by Robin Williams, author and speaker, plus sports commentary by Uri Ratz. There's more, but, unlike the web site, we're out of space.

If you use the Internet, we've got one thing to say to you...

Ratz!

Uri's Internet Cafe
www.UriInternetCafe.com

Какую из страниц читатель увидит первой? А какую второй? Этот буклет сделан с таким расчетом, чтобы заманивать читателя постепенно.

Прочитав яркое вступление на обложке, на следующей странице он познакомится с талисманом компании и только потом откроет внутреннюю страницу буклета.

Uri's Shirts and Lab Coats

Uri's t-shirts, sweatshirts, and polo shirts (and, yes, lab coats) are designed specially for those of us who don't mind using fashions as a desperate cry for help. If you've ever designed a web site, you know what we mean.

Uri's Coffee

If you've noticed you're spending lots more time at the old computer than you used to, welcome to the club. For what it's worth, here's our best advice from hardcore computer users: stock up on good coffee, preferably coffee created by a team made up of computer professionals and a small, fabulous coffee company in Santa Fe, New Mexico. Uri's Internet Cafe offers three different blends that fit this description. Buy them at www.UriInternetCafe.com.

Uri's Coffee Mugs

Sure, you can drink coffee from any old mug. But wouldn't it be nice to have a mug that explains just how deep into this web stuff you really are? These mugs make great gifts for clients, business associates, relatives, or friends. Use this mug at the breakfast table and your spouse will know you're working late tonight. Give your client a mug and he'll understand why his project hasn't been finished. Or buy one for yourself just to make your peers envious.

Uri's RatPad®

Why be half-ratty? Live the dream. Express your Internet-bias with Uri's RatPad®.

These are just some of the items available in the Rat Cafe. And Uri, pack-rat that he is, keeps dreaming up new stuff to add to the collection.

When you go online to visit Uri's Internet Cafe, you'll find more than great gift ideas. You'll discover a whole Ratland of information and entertainment.

www.UriInternetCafe.com

Обратите внимание на то, как здесь обыгрывается контраст цветов и размеров.

Поэкспериментируйте с иллюстрациями – увеличьте их, положите внахлест, наклоните, пустите текст в оборку. Все это вполне допустимо, если текст выровнен и может служить надежным фундаментом.

Видите – на линию сгиба заходят только иллюстрации. Уж графика-то в складках не потеряется!

Хитрости дизайна буклетов

Для буклетов, создаваемых начинающими дизайнерами, характерны те же изъяны, что и для информационных бюллетеней: недостаток или отсутствие контраста и выравнивания, злоупотребление шрифтами Helvetica/Arial. Вот краткая сводка по применению принципов дизайна в работе над буклетами.

Контраст

Контраст (и это справедливо для любого дизайнерского проекта) не только делает страницу визуально более интересной, направляя взгляд читателя внутрь буклета, но и способствует созданию иерархической структуры информации, помогающей просмотреть важные пункты и понять, о чем в буклете идет речь. Примените контраст к шрифтам, линейкам, цветам, размерам элементов, расстояниям между ними и т. д. Помните, что контраст действует, только если он силен. Если два элемента непохожи, сделайте различия между ними **очень** заметными. Иначе это будет выглядеть как ошибка.

Повтор

Различные элементы дизайна должны повторяться – это придает работе **цельный вид**. Повторяться могут цвета, шрифты, линейки, пространственные соотношения, маркеры и т. д.

Выравнивание

Сама не устаю твердить себе о выравнивании, но уж очень велика его роль, а недостаток или отсутствие так и кочуют из одной работы в другую. **Резкие выразительные края** создают сильное впечатление. Сочетание разных типов выравнивания (по центру, влево и вправо) в одной работе обычно производит впечатление неряшливости и безликости.

Время от времени выравнивание можно нарушать намеренно (как это сделала я на с. 109); **этот прием эффективен только при наличии строго выдержанного выравнивания в других местах** – тогда исключение контрастирует с правилом.

Приближенность

Приближенность, **объединение** подобных элементов, в буклетах имеет особое значение – ведь в них главная тема объединяет подчиненные темы. Приближенность или отдаленность элементов друг от друга раскрывает взаимоотношения между ними.

Чтобы успешно строить пространственную структуру, необходимо научиться управлять расстоянием между абзацами (отбивками сверху и снизу) **при помощи программного обеспечения** и не нажимать по два раза клавишу Enter (Return). Двойной перевод строки между абзацами слишком сильно отдаляет их друг от друга. Кроме того, в этом случае свободное пространство *над* заголовками (подзаголовками) такое же, как и *под* ними (а это вам совершенно ни к чему), и слишком далеко отстоят друг от друга элементы списков. Изучите свое ПО!

Открытки

Открытки так бросаются в глаза и действуют так непосредственно (ни с конвертами не надо возиться, ни бумагу резать), что являют собою отличный способ привлечь внимание. Скучная или некрасивая открытка – по тем же причинам – лишь зря отвлекает людей от дела.

Дабы избежать этого:

Побольше фантазии. Открытки необычного размера или формы будут выделяться на фоне общей массы.

Придумывайте серии открыток. Одна открытка производит впечатление; подумайте, каким может быть эффект от серии!

Будьте конкретны. Расскажите адресату, какую именно выгоду он получит (и что он должен сделать, чтобы ее получить).

Будьте кратки. Разместите короткое и привлекающее внимание сообщение на лицевой стороне открытки. Менее важные подробности оставьте для оборотной стороны.

Примените цвет, если для этого есть возможность. С цветом приятно работать. Кроме того, он притягивает взгляд и пробуждает интерес.



И не забудьте: свободное пространство – это тоже элемент дизайна!

Ни в коем случае!

Great gift ideas for your Internet-obsessed friends

RATZ! THAT'S WHAT YOU USUALLY SAY WHEN YOU REALIZE THE HOLIDAYS ARE HERE AND YOU HAVEN'T DONE DIDDLY-SQUAT FOR SHOPPING. BUT NOW WHEN YOU SAY "RATZ!" YOU'RE REMINDED OF URL RATZ AND HIS INTERNET CAFE FULL OF UNIQUE GIFTS DEVELOPED JUST FOR INTERNET MAVENS LIKE YOU AND YOUR SCREEN-RADIATED FRIENDS AND RELATIVES. HAPPY HOLIDAYS. NOW GET ON THE INTERNET AT WWW.URLSINTERNETCAFE.COM AND DO STUFF.



Чем плох
этот
заголовок?

Не применяйте шрифты Helvetica, Arial или Times высотой 12 пунктов.

Не набирайте текст капителью – она так плохо читается, что никто и пробовать не станет. Это ведь, что ни говори, не визитная карточка.

Не пренебрегайте ролью контраста и пространственных соотношений, стараясь донести до аудитории смысл сообщения.

Great GIFT IDEAS for your Internet-obsessed friends

Ratz! That's what you usually say when you realize the holidays are here and you haven't done diddly-squat for shopping. But now when you say "Ratz!" you're reminded of Url Ratz and his Internet Cafe full of unique gifts developed just for Internet mavens like you and your screen-radiated friends and relatives.

Now get on the Internet at

www.urlsiinternetcafe.com

and do stuff.

Happy Holidays.



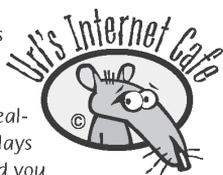
Советы по созданию визитных карточек (с. 91–94) годятся и для открыток: не стремитесь заполнить все свободное пространство, не распахивайте элементы оформления по углам, не допускайте, чтобы элементы дизайна имели одинаковый или почти одинаковый размер.

А вот это попробуйте...

Great gift ideas for your Internet- obsessed friends

Ratz! That's what you usually say when you realize the holidays are here and you haven't done diddly-squat for shopping. But now when you say "Ratz!" you're reminded of Url Ratz and his Internet Cafe full of **unique gifts** developed just for Internet mavens like you and your screen-radiated friends and relatives. Happy Holidays.

Now get on the Internet at www.UrlInternetCafe.com and do stuff.



Выберите для открытки необычный размер – сделайте ее высокой и узкой, низкой и широкой, слишком большой или складывающейся.

Но, прежде чем печатать тираж, убедитесь, что выбранный вами размер не противоречит почтовым стандартам! И узнайте, во что обойдется пересылка нестандартной открытки по почте.

Создайте иерархическую информационную структуру, чтобы читатель мог, взглянув на открытку, быстро решить, надо ли ему читать все, что на ней написано. Впрочем, эта рекомендация актуальна и для других дизайнерских работ.

Great gift ideas for your Internet-obsessed friends

Ratz® That's what you usually say when you realize the holidays are here and you haven't done diddly-squat for shopping. But now when you say "Ratz®" you're reminded of Url Ratz and his Internet Cafe full of unique gifts developed just for Internet mavens like you and your screen-radiated friends and relatives. Happy Holidays. Now get on the Internet at www.UrlInternetCafe.com and do stuff.



Хитрости дизайна открыток

У открытки, неожиданно-негаданно пришедшей по почте, есть всего лишь доли секунды, чтобы завладеть вниманием получателя. Каким бы гениальным ни был текст, его никто не станет читать, если оформление не привлечет к себе интерес.

Основная цель

В первую очередь вы должны решить, какого эффекта стремитесь добиться. Хотите убедить получателя, что делаете эксклюзивное дорогостоящее предложение? Тогда открытка должна выглядеть настолько же профессионально и дорого, насколько профессионально и дорого выглядит сам продукт. Хотите, чтобы получатель предвкушал выгодное дельце? Тогда открытка не должна быть сделана слишком искусно. Магазины уцененных товаров идут на дополнительные расходы, чтобы распродажу было видно с первого взгляда. И неслучайно фешенебельные магазины Saks Fifth Avenue выглядят не так (от парковки до туалетов), как Kmart, хотя из этого не следует, что последний потратил на дизайн меньше, чем Saks. Каждый вариант оформления служит четкой и определенной цели и рассчитан на конкретный сектор рынка.

Завладейте вниманием аудитории

К открыткам, рассылаемым по почте, применимы все те же принципы: контраст, повтор, выравнивание и приближенность. Но выбор жанра оставляет вам очень мало времени, чтобы соблазнить аудиторию чтением. **Смелее** применяйте яркие цвета и в иллюстрациях, и самом материале (бумаге). Не стесняйтесь зажигательных иллюстраций, благо недостатка в отличных и недорогих клип-артах, открывающих простор для творческой фантазии, не наблюдается.

Контраст

В данном случае контраст – ваш самый надежный союзник. Заголовок должен сильно контрастировать с основным текстом, цвета – друг с другом. И не забудьте, что контраст появляется благодаря **свободному пространству!**

Газетная реклама

Удачно оформленные рекламные объявления в газетах способны творить чудеса, однако хороший дизайн – это в данном случае еще не все, что нужно для успеха. Вот несколько рекомендаций, призванных сделать успешным практически любое рекламное объявление:

Оставляйте свободное пространство! Когда в следующий раз будете просматривать газету, прислушайтесь к своим ощущениям. На каких рекламных объявлениях останавливается взгляд, какие объявления вы читаете? Готова поспорить, что те, в которых больше свободного пространства (хоть заголовки, но прочтаете).

Действуйте с умом. Ничто не может сравниться с остроумным заголовком. Даже хороший дизайн (шансы возрастают многократно, если есть и то и другое).

Выражайтесь ясно. Итак, броский заголовок снял урожай читательского внимания, и теперь уже само объявление должно точно сказать читателю, что ему следует делать (и обеспечить соответствующие средства: телефон, адрес электронной почты, веб-адрес и т. д.).

Выражайтесь кратко. Рекламное объявление – это неподходящее место для подробного рассказа о себе. Излагайте мысли кратко и по делу.

Задействуйте цвет, если это возможно. Цвет всегда привлекает взгляд, особенно если его окружают серые поля текста.



Успех рекламного объявления не находится в жесткой зависимости от его броскости.

Ни в коем случае!

THIS IS THE TECHNOLOGY AGE. LAB COATS FOR SALE.

You could also use a t-shirt that tells your clients the Internet facts of life. And coffees blended specifically for web surfers.

You'll need matching mugs for the coffee and most likely you'll want original RatPadz® to replace those clunky old mouse pads you have just lying around the office.

Did we mention polo shirts, caps, gift boxes, and do-rags? Prepare yourself for the Technology Age: visit Url's Internet Cafe for great gift ideas and a cafe full of educational, fun stuff.



www.Url'sInternetCafe.com

Не применяйте капитель – если заголовок не завладеет вниманием читателя, то и основной текст прочитан не будет, как бы крупно вы его ни набрали. Откажитесь от капители, и вы сможете сделать заголовок намного крупнее.

Не набирайте весь текст шрифтом одного кегля. Поставьте заголовок на первый план, – когда взор и ум адресата будут завоеваны, он прочтает и весь остальной текст, даже набранный шрифтом 9 пунктов.

WOULD YOU BUY A LAB COAT FROM AN UGLY RAT?

You may not think so now, but just wait 'til you see the lab coats, t-shirts, caps, polo shirts, special coffees, teas, mugs, RatPadz®, and other great gift ideas at Url's Internet Cafe.



www.Url'sInternetCafe.com
P.O. Box 23465
Santa Fe, NM 87505
(505) 424-1115



But people don't come here just to shop. It's a cafe where just hangin' out is an art form. And when that sudden impulse to buy a lab coat hits, we've got 'em right here. So, if you think he's a sleazy, ugly rat, you're right. But come on, how many handsome lab coat salesmen do you know?

Не забивайте под завязку всю площадь объявления! Да, вы заплатили за это, но свободное пространство не менее ценно и стоит своих денег.

Даже если ваше объявление содержит ценную информацию, которую читатель получает бесплатно и больше нигде не найдет, не «трамбуйте». Оставьте свободное место.

А вот это попробуйте...

This is the
Technology Age.

You need a lab coat.

You could also use a t-shirt that tells your clients the Internet facts of life (exhibit A). And coffees blended specifically for web surfers. You'll need matching mugs for the coffee and most likely you'll want original RatPadz[®] to replace those clunky old mouse pads you have just lying around the office. Did we mention polo shirts, caps, gift boxes, and do-rags? Prepare yourself for the Technology Age; visit UrI's Internet Cafe for great gift ideas and a cafe full of educational, fun stuff.



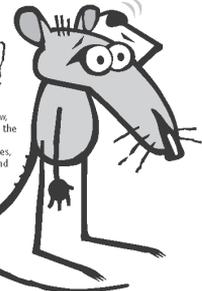
UrI's Internet Cafe

www.UrIsInternetCafe.com

Свободное пространство – это хорошо. Но вся штука в том, что его необходимо структурировать. Первое рекламное объявление на противоположной странице содержит столько же свободного пространства, сколько и данное объявление, но оно просто размазано по всей площади, а во втором случае – сосредоточено справа.

Приложите к структурированию свободного пространства такие же усилия, как к структурированию самой информации.

Would you buy a lab coat from an ugly rat?



You may not think so now, but just wait 'til you see the lab coats, t-shirts, caps, polo shirts, special coffees, tees, mugs, RatPadz[®], and other great gift ideas at UrI's Internet Cafe. But people don't come here just to shop. It's a cafe where just hangin' out is an art form. And when that sudden impulse to buy a lab coat hits, we've got 'em right here. So, if you think he's a sleazy, ugly rat, you're right. But come on, how many handsome lab coat salesmen do you know?

UrI's Internet Cafe

65 Ratznest Way
Santa Fe, New Mexico
www.UrIsInternetCafe.com

Следуйте принципам контраста, повтора, выравнивания и приближенности. Как именно каждый из них реализован на этих объявлениях?

Хитрости дизайна газетной рекламы

Одна из самых больших трудностей, связанных с газетной рекламой, – нехватка свободного места. Очень многие рекламодатели, заплатив за рекламную площадь, думают, что должны заполнить каждый клочок свободного места, потому что он стоит денег.

Контраст

В газетной рекламе контраст необходим не только внутри собственно рекламного объявления, но и между объявлением и окружающими его материалами. И в этом случае лучший способ создания контраста обеспечивает именно свободное пространство. Обычно газетные страницы «упакованы» очень плотно. Поэтому рекламное объявление, автор которого не поспешил на свободное место, выделяется, и взгляд читателя просто обречен задержаться на нем. Поставьте пару экспериментов. Откройте газету (или телефонную книгу) – гарантирую, что если там есть свободное пространство, ваш взгляд устремится именно туда. А все потому, что свободное пространство сильно контрастирует с плотно заполненной страницей.

При наличии свободного пространства нет никакой необходимости в крупном жирном заголовке, старающемся заглушить все вокруг. Вместо тяжелой гарнитуры вполне может подойти красивая рукописная или классическая старого стиля.

Выбор шрифта

Газеты печатают на грубой пористой бумаге, краска на которой расплывается. Поэтому гарнитура с маленькими изящными засечками или тонкими штрихами, которые расплывутся при печати, не годится, если только не сделать буквы достаточно крупными.

Печать вывороткой

Старайтесь обходиться без выворотки (печати белым шрифтом по черной заливке), но если уж это неизбежно, выберите надежную гарнитуру, в буквах которой нет тонких штрихов, заливаемых краской при печати. И сделайте кегль чуть крупнее, чем для обычной печати, потому что белые буквы на черном фоне кажутся более мелкими и тонкими, чем на самом деле (этот совет действителен для печати вывороткой вообще, а не только на газетной бумаге).

Веб-сайты

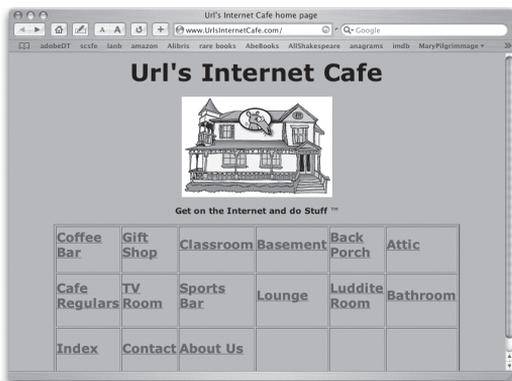
К веб-дизайну применимы те же базовые принципы (контраст, повтор, выравнивание и приближенность), но особое значение приобретает **повтор**. Остальные три принципа способствуют тому, что веб-страница выглядит прилично и осмысленно, но именно благодаря повтору посетители определяют, находятся ли они все еще на том же самом сайте, – необходима единая система навигации и стиль. Цели помогают достичь: повтор цветовой схемы, шрифтов, оформления кнопок или единый стиль графических элементов, расположенных на каждой странице в одном и том же месте.

Веб-дизайн порядком отличается от дизайна печатных работ. Если вы совершенно незнакомы с веб-дизайном и хотите узнать, как к нему подступиться, изучите материал книги *The Non-Designer's Web Book*. Усвоив базовый материал, изложенный в ней, переходите к книге *Robin Williams Web Design Workshop*.



Веб-сайт должен располагать к визитам, а перемещение по нему – не вызывать затруднений. Этот сайт прост и понятен. *Google.com* – отличный пример потрясающего, полезного и в то же время ясного и простого сайта.

Ни в коем случае!

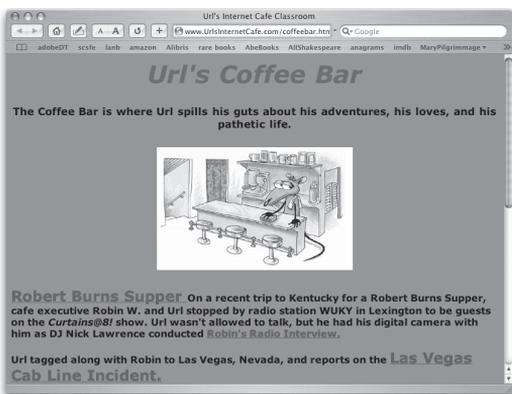


Не заставляйте посетителей прибегать к прокрутке, чтобы увидеть ссылки переходов!

Не выбирайте для гиперссылок синий цвет, принятый по умолчанию. Это верный признак страницы, сделанной любителем.

Не помещайте ссылки в большие ячейки таблицы с ярко очерченными границами.

Не располагайте на исходной странице ссылки на каждую страницу сайта. Объедините родственные страницы друг с другом.

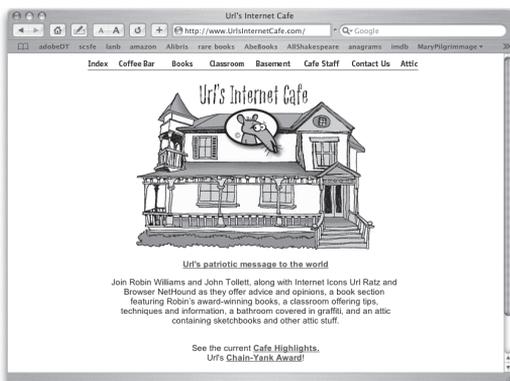


Текст не должен наезжать на левую границу окна браузера.

Фон не должен быть светящимся, особенно если надписи выполнены светящимся шрифтом!

Не заставляйте посетителя прокручивать страницу горизонтально! Старайтесь удержать ее ширину в пределах 800 пикселей. И особое внимание обратите на то, чтобы ширина таблиц не превышала 600 пикселей, иначе те, кто рискнет ее распечатать, будут очень злы на вас.

А вот это попробуйте...



Старайтесь удерживать габариты домашней и входной страницы в пределах 800×600 пикселей. Посетитель не должен прибегать к прокрутке домашней страницы, чтобы найти ссылки!



Отсутствие изъянов веб-дизайна изрядно помогает вам продвинуться на пути к его совершенству.

Посмотрите на сайты *Peachpit.com* или *Adobe.com*. Назовите хотя бы пять обстоятельств, благодаря которым посетитель всегда воспринимает сайт как единое целое.

Чем именно обусловлены отличия между примерами на этих двух страницах. Если вы вслух сформулируете и достоинства, и недостатки дизайна, то сами больше преуспеете как дизайнер.

Хитрости дизайна веб-страниц

К двум самым важным факторам веб-дизайна относятся **повтор** и **доходчивость**. Посетителя нельзя заставлять додумываться, как ему взаимодействовать с системой навигации, в каком именно месте сайта он находится, и там ли он вообще до сих пор или уже перешел на какой-нибудь другой сайт.

Повтор

Повторяйте конкретные визуальные элементы на каждой странице сайта. Благодаря этому не только посетитель будет знать, что он все еще здесь, но и сайт приобретет стилистическое и смысловое единство – черты, присущие любому удачному дизайну.

На страницах, заполненных контентом, посетитель должен найти навигацию на привычном месте, так же устроенную и оформленную. И дело не только в том, что благодаря этому посетителю легче сориентироваться на сайте, но и в том, что данный фактор **объединяет** страницы в одну группу.

Удобочитаемость

Из всех носителей, на которых можно встретить текст, к наименее отвечающим требованиям удобочитаемости можно отнести монитор – неважно, компьютерный он, телевизионный или входит в видеосистему. Поэтому текст, расположенный на веб-странице, нуждается в некоторой «настройке», призванной максимально улучшить его читаемость.

Сделайте **строку короче**, чем в случае текста, ориентированного на бумажный носитель. Основной текст не должен занимать всю ширину веб-страницы, а это означает, что текст необходимо поместить в таблицу (или, по крайней мере, задать блочные отступы справа и слева). Строка не должна быть настолько короткой, чтобы предложения были разорваны слишком часто.

Если вы задаете конкретный шрифт для текста (если не задаете, можете не читать этот абзац) – обычно это Helvetica или Arial, Times или Times Roman, – укажите перед Helvetica шрифт Geneva, а перед Times – New York. Благодаря этому на Macintosh текст будет отображаться намного четче и лучше читаться. Если вы работаете на Macintosh, установите в качестве шрифта по умолчанию New York вместо Times, и вы сильно удивитесь, увидев, насколько удобочитаемыми стали веб-страницы. Перед печатью страницы снова установите Times. В качестве шрифта для основного текста веб-страниц отлично зарекомендовал себя шрифт Verdana, который за последние несколько лет проник практически во все операционные системы.

Шрифтовой ДИЗАЙН

Вторая часть этой книги посвящается шрифтам, ведь именно на них и держится весь дизайн, не так ли? Здесь наше внимание будет сосредоточено на том, как обеспечить сосуществование нескольких шрифтов на одной странице.

Во главу угла мы поставим эстетику шрифта. Но не забывайте: ваша цель состоит в том, чтобы донести до аудитории суть своего сообщения. И шрифт должен помогать вам в этом.

Какой здесь должен быть шрифт?

Боги молчат.

Они молчат,

потому что

не знают.

Уильям Арддисон Двиггинс

(W. A. Dwiggins)

Шрифт

Любая печатная страница строится в первую очередь из шрифтов. Иногда дизайнеру хочется задействовать разные шрифты в оформлении, но бывает и так, что сделать это необходимо. Но вот вопрос: какие шрифты гармонируют друг с другом, а какие – нет?

В природе любые элементы, если их несколько, динамически взаимодействуют между собой. На странице любого документа обычно обнаруживается не один шрифтовой элемент. Даже если в документе нет ничего, кроме текста, в нем, как правило, присутствуют заголовки, а если нет и заголовков, то есть хотя бы номера страниц. Расстановка элементов на странице определяет взаимоотношения между ними: гармонические, конфликтные или контрастные.

Гармония возникает там, где применяются шрифты одной группы, внутри которой разнообразие стиля, размеров и т. п. минимально. Страницу нетрудно удержать в таком гармоническом состоянии, а документ при этом выглядит довольно спокойно и уравновешенно (можно сказать, официально). Иногда, впрочем, уравновешенность и спокойствие вырождаются в откровенную посредственность.

Конфликтные отношения складываются между шрифтовыми элементами, *похожими* друг на друга по начертанию, кеглю, жирности и т. д. Такое сходство играет роль возмутителя спокойствия, потому что зрительно элементы не гармонируют, но и не контрастируют. Поэтому они конфликтуют.

Контраст возможен только в случае применения разных гарнитур и комбинирования элементов, явно отличающихся друг от друга. Дизайнерские работы, не оставляющие аудиторию равнодушной и привлекающие визуально, содержат массу контрастных элементов, причем контраст в них подчеркивается.

Оформляя страницу при помощи нескольких гарнитур, дизайнеры нередко дают волю фантазии, интуитивно понимая, что какая-то гарнитура лучше выглядит, например, в крупных кеглях, а какая-то более заметна в жирном варианте. Однако осознанное применение контраста и способность на него *указать* позволяют дизайнеру управлять им, быстрее выявлять первопричину конфликта и отыскивать более интересные решения. Именно *этому* посвящена данная часть книги.

Гармония

Документ гармоничен, если он оформлен при помощи одной гарнитуры, а элементы страницы обладают такими же свойствами, что и данная гарнитура. Возможно, в оформлении задействуется курсивное начертание, а заголовки набраны более крупным кеглем, чем основной текст. Документ может быть украшен иллюстрациями и декоративными элементами, но неизменным остается одно – ощущение гармонии.

Гармоничное оформление в большинстве случаев производит довольно спокойное, и даже официальное впечатление. Конечно, в этом нет ничего плохого, просто о данном свойстве надо помнить.

Life's but a walking shadow, a poor player
that struts and frets his hour upon the stage,
and then is heard no more; it is a tale
told by an idiot, *full of sound and fury,*
signifying nothing.

Пример гармоничного оформления, шрифт *Cochin*. Первая буква заметно крупнее остальных, есть и курсивное начертание (*Cochin Italic*), но общая тональность довольно приглушенная.

Hello!

My name is _____

My theme song is _____

When I grow up I want to be _____

Тяжелые буквы гармонируют с толстой рамкой. Тяжеловаты даже линии, обозначающие строки.

~
You are cordially invited
to share in our
wedding celebration

~
Popoye & Olive Oyl

~
April 1
3 o'clock in the afternoon
Berkeley Square

Шрифт, тонкая рамка и изящные декоративные элементы в совокупности формируют единый стиль. Знакомая картина? И неудивительно: по этому образу и подобию создаются многие свадебные приглашения.

Конфликт

Конфликт в дизайне имеет место, если страница оформлена с применением двух или больше *похожих* шрифтов – и не совсем разных, и не совсем одинаковых. Мне много раз приходилось видеть, как студенты пытаются подобрать шрифт, похожий на уже участвующий в оформлении страницы. Так делать нельзя. Если рядом находятся шрифты, имеющие слишком много общего, но чуждые друг другу, чаще всего это воспринимается как ошибка. *Корень зла в подобии.*

Гармония основательна и полезна, а **конфликтов** допускать не следует.

Life's but a walking shadow, a poor player
that struts and frets his hour upon the stage,
and then is heard no more; it is a tale
told by an idiot, full of sound and fury,
signifying nothing.

Что вы думаете, когда, читая этот отрывок, доходите до слов «full of sound and fury» (Наполненная яростью и шумом)? Не удивляетесь, что они набраны другим шрифтом? Не кажется ли вам, что это ошибка? Вы морщитесь? И почему отрывок начинается с крупной прописной буквы?

What's up?

My name is _____

My theme song is _____

When I grow up I want to be _____

Приглядитесь к буквам «a», «t» и «s» в заголовке и основном тексте. Сходство между ними есть, но оно неабсолютно. Визуально толщина рамки, штрихов букв и линеек не гармонирует, но и заметного контраста между ними нет. Слишком много конфликтующих элементов для такой небольшой работы.



Эта пригласительная открытка оформлена с участием двух рукописных гарнитур, имеющих много общего (они не идентичны, и в то же время между ними нет явных различий).

Такими же конфликтными чертами характеризуется рамка. Оформление в целом немного сумбурно.

Контраст

Нет такого качества в нашем мире, которое продолжало бы существовать вне контраста. Ничто не существует само по себе. – *Герман Мелвилл*¹.

Переходим к развлекательной части. Соблюдение гармонии не вызывает затруднений, создание – тоже, но лучше обойтись без него. Создавать контраст интересно и приятно.

Вы уже знаете, что сильный контраст притягивает взгляд. И шрифт предоставляет самый простой, эффективный и приятный способ сделать дизайн более контрастным.

Life's but a walking shadow, a poor player
that struts and frets his hour upon the stage,
and then is heard no more;
it is a tale told by an idiot,
full of sound and fury,
signifying nothing.

Здесь совершенно понятно, что слова «full of sound and fury» (наполненная яростью и шумом) набраны другим шрифтом намеренно. Благодаря шрифтовому контрасту весь отрывок пьесы зрительно сильнее волнует и привлекает читателя, передает ему более мощный эмоциональный заряд.

¹ «Моби Дик», (глава 11), перевод Инны Бернштейн

Hello!

My name is _____

My theme song is _____

When I grow up I want to be _____

Наличие шрифтового контраста в данном случае не вызывает сомнений (хотя все шрифты относятся к гарнитуре *Antique Olive*) – выраженное жирное начертание контрастирует с очень светлым. Очевидны и отличия между толщиной рамки и линеек, образующих строки.

*You are cordially invited
to come to our
garden party!*

Popeye & Olive Oyl



*April 1
3 o'clock in the afternoon
Berkeley Square*

Приглашение оформлено при помощи двух шрифтов, абсолютно различных во многих отношениях.

Насыщенность жирного шрифта оттеняется иллюстрацией, которая, кроме того, усиливает контраст между жирным и рукописным шрифтом, а также добавляет ощущение повтора.

В заключение

Контраст не только помогает улучшить общее впечатление о работе. Он также неразрывно связан с организацией документа и четкостью представления информации на странице. Помните: ваша главная задача – донести сообщение до аудитории, и объединение разных шрифтов должно облегчать ее решение, а не затруднять его.

Шрифтовой контраст можно создать одним из шести ясных и действенных способов: варьируя кегль, жирность, цвет и начертание шрифта, направление, форму и структуру надписи. Их мы и рассмотрим ниже, по очереди.

И хотя говорить я буду о каждом отдельно, редко удастся получить ожидаемый эффект при помощи одного из них. Воздействие на аудиторию удастся усилить, комбинируя различия и подчеркивая их.

Если не получается понять, чем плоха та или иная комбинация шрифтов, надо искать не *различия*, а *сходство* между ними. Зло таится именно в похожести.

Создавая шрифтовой контраст, *действуйте смелее!*

Однако...

Неплохо бы сначала предпринять хотя бы краткий экскурс в классификацию шрифтов, и только потом осваивать способы создания контраста. Уделите несколько минут примерам на страницах следующей главы, стараясь обнаружить, какие именно черты шрифтов объединяют их в гарнитуры. Попробуйте найти пару примеров каждой гарнитуры, прежде чем перейдете к следующей. Полистайте журналы, книги, посмотрите на упаковки, любые образцы печатной продукции. Время, потраченное таким образом, поможет быстрее и тверже усвоить материал!

Категории шрифтов

Сегодня в нашем распоряжении много тысяч различных шрифтов, и их количество увеличивается. Однако большинство шрифтов можно распределить на шесть категорий. Прежде чем познакомиться с *контрастами* между шрифтами, вам следует узнать о *сходстве* разных групп шрифтов, поскольку именно *сходство* порождает конфликты при сочетании шрифтов. Цель этого раздела – развить в вас чуткость к тонкостям буквенных форм. А в следующем разделе я покажу вам, как их комбинировать.

Разумеется, вы столкнетесь и со шрифтами, которые не будут принадлежать ни к одной из описанных категорий. Вообще-то можно выбрать несколько сотен различных шрифтов из всего многообразия – и вперед! Для нас сейчас главное – научиться вглядываться в шрифт более пристально.

Я расскажу о следующих шести типах шрифтов:

Старый стиль (Oldstyle)

Современный шрифт (Modern)

Брусковые шрифты (Slab serif)

Рубленые шрифты (Sans serif)

Рыкописные шрифты (Script)

Декоративные шрифты (Decorative)

Старый стиль

Шрифты старого стиля основаны на примерах рукописных работ – представьте клинообразное перо в руке писца. Все шрифты старого стиля имеют засечки (см. комментарии ниже), засечки строчных букв всегда располагаются под углом (что имитирует наклон пера при письме). Благодаря такому подражанию рукописному шрифту все изогнутые линии буквенных форм имеют переход от толстого штриха к тонкому, что терминологически называется «переход от толстой линии к тонкой». Контраст в толщине штриха относительно умерен, то есть колеблется между умеренно тонким и умеренно толстым. Если вы проведете линию через самые тонкие части закругленного штриха, то эта линия будет диагональной. Это называется *нажимом* – шрифт старого стиля имеет диагональный нажим.



Goudy Palatino Times
Baskerville Garamond

Как вы считаете, все ли подобные шрифты однообразны? Не беспокойтесь – они однообразны для всех, кто не занимался полиграфией. Именно благодаря этой «неброскости» шрифты старого стиля считаются лучшими для набора длинного текста. У них крайне мало отличительных особенностей, которые могут мешать процессу чтения: такие шрифты не отвлекают много внимания. Если вы набираете длинный текст, который, как вы надеетесь, будет прочитан, отдайте предпочтение старому стилю.

Современный шрифт

По мере того как разворачивалась мировая история, менялись и шрифты. Шрифты имеют свои модные направления и подпадают под влияние стиля жизни и культурных изменений, как прически, одежда, архитектура или язык. В 1700-х годах производство более гладкой бумаги, появление высоких технологий печати и общий рост методических приемов привели к тому, что стиль шрифта стал механистическим. Новые шрифты уже не подражали рукописной манере. В современных шрифтах тоже есть засечки, но они выполнены горизонтально, без наклона, и очень тонко. Подобно изящному мосту из стали, каркас буквы жесткий, с четко выраженным переходом от толстой линии к тонкой. Нет никаких следов наклона невидимого пера, нажим абсолютно вертикальный. Внешний вид шрифтов современного стиля отличается элегантностью и некоторой холодностью.



Bodoni Times Bold Onyx

Fenice, Ultra Walbaum

Современные шрифты очень эффектны, особенно если они выполнены крупным кеглем. Однако из-за резкого контрастного перехода от толстой линии к тонкой шрифты современного стиля – не самый лучший вариант для набора длинных текстов. Тонкие линии, как правило, почти растворяются, а толстые, наоборот, слишком сильно проступают – в результате возникает так называемый «слепающий» эффект.

Брусковый шрифт

Вместе с индустриальной революцией в историю вошло новое понятие – реклама. Сначала рекламодатели использовали шрифты современного стиля, просто утолщая и без того толстые штрихи. Вы наверняка встречали рекламные плакаты, выполненные таким шрифтом: издали они смотрятся, как вертикальные палки забора. Затем было принято совершенно очевидное решение этой проблемы – увеличить толщину всей формы букв. Кроме того, брусковый шрифт с засечками отличается очень слабым переходом от толстой линии к тонкой или полным его отсутствием.

Эту группу шрифтов иногда называют Claderton, поскольку шрифты были составлены на основе шрифта Claderton. Кроме того, подобные шрифты называют и египетскими, так как они стали популярны в период египтоomanии в Европе; многим шрифтам данной группы были даны египетские названия, чтобы они лучше продавались (например, Memphis, Cairo, Scarab).



Clarendon Memphis

Memphis Extra Bold

New Century Schoolbook

Многие брусковые шрифты, которые имеют очень слабый контрастный переход от толстой линии к тонкой, занимают ведущее место по шкале читабельности, то есть идеально подходят для набора длинных текстов. Вместе с тем, страница, набранная таким шрифтом, выглядит значительно темнее страницы, набранной шрифтом старого стиля, поскольку штрихи брускового шрифта плотнее и более единообразны по толщине. Благодаря понятному и незатейливому внешнему виду брусковый шрифт часто используется при наборе детских книг.

Рубленный шрифт

Слово «sans» означает «без» (по-французски), таким образом, легко догадаться, что рубленные шрифты – это шрифты, у которых на конце штрихов букв нет засечек. Удаление засечек – один из поздних шагов в эволюции шрифтов – не пользовалось популярностью вплоть до начала XX века.

Рубленные шрифты почти единообразны по толщине, то есть в них практически отсутствует заметный переход от толстой линии к тонкой; буквы имеют одинаковую толщину по всему объему.

На следующей странице вы прочтаете важную информацию о рубленном шрифте!



Antique Olive Formata

Folio Franklin Gothic

Futura, Condensed Syntax

Если в вашем комплекте шрифтов есть только два рубленных шрифта – Helvetica и Avant Garde, то для улучшения оформления проектов лучше пополнить группу рубленных шрифтов более четкими, весомыми и насыщенно черными. Каждая подгруппа рубленных шрифтов, представленных выше, различна по толщине: от тонких до сверхтолстых. Отыскав такие шрифты, вы увидите, насколько расширятся ваши возможности по созданию страниц, приковывающих внимание.

Как показано на предыдущей странице, рубленые шрифты, как правило, единообразны по толщине. Однако несколько (лишь два или три из всего разнообразия) имеют легкий переход от основного штриха к соединительному. Ниже приведен пример такого рубленого шрифта с нажимом – Optima. Шрифты, подобные Optima, плохо сочетаются на одной странице с другими шрифтами: из-за наличия перехода от толстой линии к тонкой они похожи на шрифты с засечками, а из-за отсутствия засечек – на рубленые шрифты. Поэтому, работая с таким типом рубленых шрифтов, будьте очень осторожны.

Sans serif Optima

Шрифт Optima исключительно красив, но вы должны быть очень осторожны, пытаясь сочетать его с другими шрифтами. Обратите внимание на основные и соединительные штрихи. Этот шрифт обладает классическим изяществом шрифтов старого стиля, но не имеет засечек.

Ever notice that
‘What the heck’
is always
the right decision?
—Nancy Davis

Optima в сочетании с гарнитурой Spimoni.

*Отважная непосредственность Spimoni
хорошо контрастирует
с классической грацией Optima.*

Рукописный шрифт

В группу рукописных шрифтов входят шрифты, которые были выполнены вручную специальной ручкой или кисточкой для каллиграфии, карандашом или технической ручкой. Эта группа подразделяется на следующие подгруппы: рукописные шрифты с соединительными штрихами; рукописные шрифты без соединительных штрихов; рукописные шрифты, имитирующие ручной почерк; рукописные шрифты, напоминающие традиционные каллиграфические стили, и т. д. В нашем обзоре мы рассмотрим их в целом.

Arid Shelley Volante Legacy
Cascade Linoscript Zapf Chancery

Рукописные шрифты, как классический чизкейк, следует «поглощать», смакуя. Я имею в виду использовать, смакуя. Конечно, длинные тексты не стоит набирать замысловатыми рукописными шрифтами с обилием закорючек, и, разумеется, нельзя использовать эти шрифты в тексте, состоящем из одних прописных букв. Но вместе с тем, подобные шрифты, набранные крупным кеглем, могут быть особенно эффектными. Так что, не робейте!

Carpe Diem

Декоративный шрифт

Декоративные шрифты очень легко узнать: если сама идея прочитать целую книжку, набранную таким шрифтом, вызывает у вас головокружение и легкое недомогание, то вы, абсолютно точно, видите перед собой декоративный шрифт. Однако декоративные шрифты по-своему великолепны: они забавны, заметны, легки в применении. И именно с их помощью вы сможете выразить любую свою причуду. Естественно, именно в силу перечисленных причин диапазон их использования крайне ограничен.

Party **Potrzenie** **Improv**
Pious Henry **JUNIPER** *Juice*
FAJITA **SCARLETT**

Используя декоративный шрифт, постарайтесь избавиться от впечатления, которое этот шрифт способен произвести. Например, если шрифт *Improv* потрясает вас как исключительно неформальный, попробуйте применить его в официальном документе и посмотрите, что получится. Если вам кажется, что шрифт *Juniper* примечателен особым ароматом Дикого Запада, используйте его при оформлении офиса или цветочного магазина. В зависимости от того, как вы их применяете, декоративные шрифты могут совершенно ясно передавать определенное настроение. Или вы можете использовать их для некоторых комментариев, значительно отличающихся от первоначального замысла. Но это тема для отдельной книги.

Today's mighty
 oak is just
 yesterday's nut
 that held its ground.

Здравый смысл иногда выигрывает от применения декоративного шрифта.

Будьте осторожны

Чтобы эффективно использовать шрифт, вы должны быть очень осторожны. Я имею в виду, что надо держать уши на макушке – вы должны замечать детали, пытаться сформулировать возникшую проблему словами. Или уметь объяснить словами, *почему* вас привлекло то или иное решение.

Потратьте несколько минут на просмотр какого-нибудь журнала. Попробуйте классифицировать шрифты, которые вы видите. Конечно, вы не сможете абсолютно правильно определить, к какой именно группе принадлежит определенный шрифт, но это нормально. В таком случае выберите ту группу, которая кажется вам наиболее близкой. Главное – вы научились пристально вглядываться в формы букв, что абсолютно необходимо для грамотного комбинирования шрифтов.

Короткий тест №3. Типы шрифтов

Соедините линией тип шрифта с его названием!

Старый стиль **AT THE RODEO**

Современный стиль **High Society**

Брусковый шрифт *Too Sassy for Words*

Рубленный шрифт As I remember, Adam

Рукописный шрифт The enigma continues

Декоративный шрифт ***It's your attitude***

Короткий тест №4.**Переход от основной линии штриха к соединительной**

Имеют ли приведенные ниже шрифты:

A – умеренный переход от толстой линии к тонкой;

B – контрастный переход от толстой линии к тонкой;

C – отсутствие перехода (или едва заметный переход) от толстой линии к тонкой.

Giggle

A B C

Jiggle

A B C

Diggle

A B C

Piggle

A B C

Higgle

Wiggle

Короткий тест №5

Имеют ли строчные буквы в приведенных ниже примерах:

A – тонкие горизонтальные засечки;

B – толстые прямоугольные горизонтальные засечки;

C – отсутствие засечек;

D – засечки с наклоном.

Diggle

A B C D

Riggle

A B C D

Figgle

A B C D

Biggle

A B C D

Miggle

Tiggle

Обратите внимание на принципиальное различие в начертании буквы «g». Завабно!

Заключение

Самое простое упражнение на оттачивание вашей зрительной чуткости – коллекционирование примеров шрифтов. Вырезайте их из любого печатного материала, который вам попадается. Заметили ли вы некоторые особенности того или иного типа шрифтов? Выделяйте подтипы, например шрифты старого стиля с маленькой высотой строчной буквы и высокими надстрочными элементами (см. пример, приведенный ниже). Или рукописные шрифты, более похожие на ручную печать, чем на курсивное ручное письмо. Или разреженные и плотные шрифты (см. ниже). Именно зрительное знакомство с формами букв наделит вас исключительной властью над шрифтами, необходимой для создания интересных, соблазнительных и эффектных комбинаций.



Сравните высоту букв шрифтов гарнитуры *Bernhard* и гарнитуры *Eurostile*. Оцените высоту буквы по отношению к размерам верхних выносных элементов. У шрифта гарнитуры *Bernhard* буквы имеют необычно маленькую высоту и длинные верхние выносные элементы. Большинство рубленых шрифтов отличаются высокими буквами. Обращайте внимание на такие детали.

Eurostile Bold

Eurostile Bold Extended

Eurostile Bold Condensed

Разреженные шрифты выглядят вытянутыми, а плотные – довольно «неаккуратными». Все они уместны в различных ситуациях.

Шрифтовой контраст

В этой главе мы поговорим о комбинировании шрифтов. Я опишу различные способы создания контраста средствами шрифта. Каждая страница содержит примеры, иллюстрирующие конкретные положения, а в заключение приводятся примеры применения базовых принципов создания контраста при помощи шрифтов, при этом шрифты выступают не только в качестве эстетического средства, но и как средство улучшения удобочитаемости материала. Не заставляйте читателя напряженно думать о том, что происходит на странице: как организован материал, какова цель, манера изложения информации. Все это должно быть понятно сразу, с первого взгляда. И кстати, данное требование не мешает сделать документ красивым!

Мы рассмотрим следующие виды контраста:

P
азмер

Насыщенность

Структуру

Ф
орма

Направление

Ц
вет

Размер

К какой категории принадлежит эта гарнитура?

Способ создания контраста с помощью размера очевиден: крупный шрифт надо противопоставить мелкому. Однако контраст должен быть заметным, а для этого необходимо *действовать смелее*. Никакого контраста не получится, если противопоставить шрифт кегля 12 и 14 – в большинстве случаев они будут конфликтовать друг с другом. Нельзя противопоставить и шрифт кегля 65 шрифту кегля 72. Решив создать контраст посредством размера, *не останавливайтесь на полпути*. Сделайте противопоставление очевидным – пусть никто не подумает, что это всего лишь ошибка.

HEY, SHE'S CALLING YOU A LITTLE
WIMP

Выберите элемент, на котором будет сосредоточен фокус внимания, и выделите его, создав контраст.

A N O T H E R
newsletter

Volume 1 ■ Number 1

January ■ 2008

Если в тексте необходимо присутствие других типографских элементов, не имеющих особого значения для читателя, сделайте их маленькими. Так ли уж надо знать номер тома книги? Ничего страшного не случится, если он не будет набран 12 кеглем!

Создавая контраст при помощи кегля, вовсе не обязательно делать шрифт крупным, необходимо лишь, чтобы размеры контрастирующих элементов отличались заметно. Ведь притягивает же взгляд тоненькая строчка текста на широком пространстве свободной газетной полосы. И притягивает в данном случае именно резкий контраст между очень мелким шрифтом и широким свободным пространством.



Прочитали бы вы этот мелкий текст, увидев такую газетную страницу? Да, причем именно из-за контраста.

Rainfish

I N C O R P O R A T E D

Контраст между крупным и мелким способен подавлять мелкие элементы. Из этого можно извлечь выгоду. Кому, например, интересно слово «*incorporated*»? Оно набрано мелким кеглем, но его вполне можно прочитать, и те, кто захочет, это сделают.

Я не устаю повторять, что не надо набирать текст только прописными буквами. Но вы, наверное, иногда прибегаете к этому приему, чтобы сделать надпись крупнее. Однако забавно, что при этом длина слова удваивается, и приходится уменьшать кегль. То есть, набрав текст строчными буквами, можно сильно увеличить кегль, а удобочитаемость от этого только выигрывает.

MERMAID TAVERN

*Bread and Friday Streets
Cheapside • London*

Этот заголовок набран прописными буквами, а высота шрифта составляет 18 пунктов. Надпись, сделанная более крупным шрифтом, на таком пространстве не помещается.

Mermaid Tavern

*Bread and Friday Streets
Cheapside • London*

Замена прописных букв строчными позволила увеличить кегль до 24 пунктов, при этом осталось достаточно свободного места, чтобы сделать заголовок жирным.

Применение контраста размеров требует изобретательности и выдумки. Многие типографские символы, например цифры, амперсанд или кавычки, исключительно красивы, будучи набраны очень крупным кеглем. Они могут выступать в качестве декоративных элементов в заглавиях, врезках или играть роль повторяющихся элементов, обеспечивающих стилистическую целостность публикации.

The sound
e
the fury

Необычный контраст размеров может выступать в качестве самостоятельного графического элемента, что весьма удобно, если в данном проекте вы ограничены в графических средствах.

Travel Tips

- 1** Take twice as much money as you think you're going to need.
- 2** Take half as much clothing as you think you're going to need.
- 3** Don't even bother taking all the addresses of the people who expect you to write.

Вводя элемент необычного размера, подумайте, нельзя ли задействовать эту находку в публикации для создания привлекательного и полезного повтора.

Насыщенность

К какой категории
принадлежит эта
гарнитура?

Насыщенность шрифта означает не что иное, как толщину штриха. Для большинства шрифтов разработаны различные варианты насыщенности: обычный, жирный, полужирный, сверхжирный, тонкий или сверхтонкий. Комбинируя шрифты разной насыщенности, помните, что ваш девиз – *действовать смело*. Никакого контраста не получится, если вы противопоставите шрифт обычной насыщенности полужирному; в этом случае лучше взять более насыщенный. Если публикация оформляется с применением двух разных гарнитур, одна из них, как правило, насыщеннее другой, и эту разницу необходимо подчеркнуть.

Ни один шрифт, установленный на компьютере вместе с операционной системой, не имеет очень жирного начертания. Я очень вам советую добавить в свою коллекцию шрифтов хотя бы один очень насыщенный жирный шрифт. Поищите в каталогах. Контраст насыщенности – один из самых простых и эффективных способов сделать публикацию зрительно более интересной, не переоформляя ее полностью. Однако красивый, сильный контраст недостижим без шрифта с крупными твердыми штрихами.

Formata Light
Formata Regular
Formata Medium
Formata Bold

Это примеры разных вариантов насыщенности, обычно встречающихся в одной гарнитуре. Обратите внимание, что между начертанием Light (Светлое) и тем, что следует за ним (обычное, среднее или книжное) нет особого контраста.

Memphis Light
Memphis Medium
Memphis Bold
Memphis Extra Bold

Нет его и между начертаниями Bold (Жирное) и Semibold (Полужирное). Создавая контраст при помощи насыщенности, действуйте смело. Слабо выраженный контраст выглядит как ошибка.

Garamond Light
Garamond Book
Garamond Bold
Garamond Ultra



Помните эти примеры, которые были приведены в начале книги? На примере слева шрифты стандартные: в заголовках – Helvetica, в основном тексте – Times обычной насыщенности. На примере справа основной текст тоже набран гарнитурой Times, а вот для заголовков я выбрала более насыщенную гарнитуру Aachen Bold. И даже такое незначительное изменение, как замена шрифта более насыщенным, сделало страницу намного ярче и привлекательнее (для названия тоже выбран более насыщенный шрифт, а для усиления контраста оно напечатано вывороткой).



А этот пример мы видели на стр. 148. Заменяв прописные буквы в названии строчными, я смогла увеличить не только кегль, но и толщину штрихов. В результате визитка стала более контрастной и визуально более интересной, а жирный шрифт выделяет смысловый центр.

Применение контраста насыщенности не только делает страницу более привлекательной, но и позволяет эффективно структурировать информацию. Это достигается уже тем, что заголовки и подзаголовки набираются более жирным шрифтом. Возьмите такую идею на вооружение и усильте ее. Посмотрите, как на примере внизу заголовки, набранные очень жирным шрифтом, образуют четкую понятную структуру. Этот же способ очень эффективен в алфавитных указателях, так как позволяет читателю сразу отличить друг от друга входящие элементы первого и второго уровней.

Contents

Introduction	9
Furry Tells	17
Ladle Rat Rotten Hut	19
Guilty Looks	21
Center Alley	27
Noisier Rams	33
Marry Hatter Ladle Limb	35
Sinker Sucker Socks Pants	37
Effervescent	39
Oiled Mudder Harbored	40
Fey-Mouse Tells	41
Casing Adder Bet	43
Violate Huskings	47
Lath Thing Thongs!	57
Fryer Jerker	58
Hormone Derange	59

Contents

Introduction	9
Furry Tells	17
Ladle Rat Rotten Hut	19
Guilty Looks	21
Center Alley	27
Noisier Rams	33
Marry Hatter Ladle Limb	35
Sinker Sucker Socks Pants	37
Effervescent	39
Oiled Mudder Harbored	40
Fey-Mouse Tells	41
Casing Adder Bet	43
Violate Huskings	47
Lath Thing Thongs!	57
Fryer Jerker	58
Hormone Derange	59

Выделив заголовки жирным шрифтом, вы сделали важную информацию заметной и притягивающей взгляд. А еще здесь применен повтор (один из четырех основных принципов дизайна). Я также добавила чуть-чуть свободного пространства над каждым заголовком, чтобы объединить заголовки и соответствующие им подзаголовки (принцип приближенности).

Если на странице, заполненной текстом, нет места для графики или врезок, которые взяли бы на себя роль графики, попробуйте выделить жирным шрифтом ключевые фразы. Они поведут читателя внутрь страницы. Если для основного текста выбран шрифт с засечками, а для ключевых фраз – рубленый шрифт, то кегль последнего лучше уменьшить на один пункт, чтобы основной текст визуально не отличался по высоте от ключевых фраз.

<p>Wants pawn term dare worsted ladle gull hoe lift wetter murder inner ladle cordage honor icht offer lodge, dock, florist. Disk ladle gull orphan worry putty ladle rat cluck wetter ladle rat hut, an fur disk raisin pimple colder/Ladle Rat Rotten Hut.</p> <p>Wan mooring Ladle Rat Rotten Hut's murder colder inset. "Ladle Rat Rotten Hut, heresy ladle bsking winsome burden barter an shirker cockles. Tick disk ladle basking tutor cordage offer groin-murder hoe lifts honor udder sit offer florist, Shaker lake! Dun stopper laundry wrote! Dun stopper peek</p>	<p>floors! Dun daily- doily in ner florist, an yonder nor sorghum-stenches, dun stopper torque wet no strainers!" "Hoe-cake, murder," resplendent Ladle Rat Rotten Hut, and stuttered oft oft. Honor wrote tutor cordage offer groin-murder, Lad- dle Rat Rotten Hut mitten anomalous woof. "Wail, wail, wail," set disk wicket woof, "Eva- nescent Ladle Rat Rotten Hut! Wares are putty ladle gull goring wizard cued ladle basking?" "Armor goring tumor oiled groin- murder's," reprisal ladle gull. "Gram- mar's seeking bet, Armor ticking arson</p>	<p>burden barter an shirker cockles." "O hoe! Heifer gnats woke," setter wicket woof, butter taught tomb shelf. "Oil tickle shirt court tutor cordage offer groin-murder. Oil ketchup wetter letter, and den—O bore!" Soda wicket woof tucker shirt court, an whiny retched a cordage offer groin- murder, picked inner windrow, an sore debtor pore oil worming worse lion inner bet. Inner flesh, disk abdominal woof lipped honor bet, paunched honor pore oil worming, any garbled erupt. Den disk, ratchet annonoi pot honor</p>	<p>stopper peek floors! Dun daily-doily inner florist, an yonder nor sorghum- stenches, dun stop- per torque wet no strainers!" "Hoe-cake, murder," resplendent Ladle Rat Rotten Hut, and stuttered oft oft. Honor wrote tutor cordage offer groin-murder, Ladle Rat Rotten Hut mitten anom- alous woof. "Wail, wail, wail," set disk wicket woof, "Eva- nescent Ladle Rat Rotten Hut! Wares are putty ladle gull goring wizard cued ladle basking?" "Armor clay fortune goring tumor oiled groin-murder's," reprisal ladle gull. "Grammar's seeking</p>	<p>bet. Armor tick- ing arson burden barter an shirker cockles." "O hoel Ewe heifer gnats woke," setter wicket woof, butter taught tomb shelf, "Oil tickle shirt court tutor cordage offer groin-murder. Oil ketchup wetter letter, and den—O bore!" Soda wicket woof tucker shirt court, an whiny retched a cordage offer groin- murder, picked inner windrow, an sore debtor pore oil worming worse lion inner bet. Inner flesh, disk abdominal woof lipped honor bet, paunched honor pore oil worming, any garbled erupt. Den disk ratchet</p>
---	--	---	--	---

Унылая серая страница способна отпугнуть читателя. А благодаря контрастному жирному шрифту он быстро просмотрит главные мысли и с большей вероятностью прочтет остальной текст.

Структура

К какой категории принадлежит эта гарнитура?

Под структурой шрифта понимают особенности его построения. В некоторых шрифтах толщина штриха практически постоянна, переходы от толстых линий к тонким почти незаметны, и буквы кажутся сделанными из труб (это относится к большинству рубленых шрифтов). В других переходы от толстых штрихов к тонким выражены заметно, как в обилии шрифтов нового стиля. Есть и шрифты, занимающие промежуточное положение. Комбинируя два шрифта из разных гарнитур, *выбирайте такие, структуры которых явно различны.*

Все это мы обсуждали, когда говорили о разных типах шрифтов, и сейчас пора вспомнить этот разговор. Шрифты каждого типа основаны на похожих *структурах*. Поэтому выберите два или более шрифта из двух или более типов.

Небольшой тест

Назовите типы шрифтов, представленных в этом примере (в каждой строке свой тип).

Если вы не можете этого сделать, перечитайте данный раздел, потому что эти простые понятия очень важны.



Структура – это особенности строения буквы, и внутри каждого типа структуры, как видно в примерах, она выражена очень четко.

Главное правило: никогда не размещайте на странице два разных шрифта одного типа. Они похожи, и вам никак не удастся обойти это обстоятельство. Кроме того, зачем усложнять себе жизнь, когда выбор так богат?

Никогда не помещайте на одну страницу два рубленых шрифта (как и два шрифта с засечками) – *во всяком случае, пока не приобретете определенный навык работы со шрифтами*. Впрочем, читая эту книгу, вы их уже приобретаете, и ваша квалификация уже позволяет вам нарушать эту рекомендацию.

Однако по правилам следует выбирать шрифты из двух разных групп. То есть два шрифта с засечками могут находиться на одной странице, только если один из них – из группы старого стиля, а другой – из группы новой антиквы или брускового стиля. Но и в этом случае необходимо проявлять осторожность и подчеркивать контраст.

Аналогично старайтесь не располагать на одной странице два шрифта старого стиля: у них слишком много похожих черт, и они будут конфликтовать, что бы вы ни делали. То же самое касается и двух шрифтов нового стиля и двух рукописных шрифтов.

You can't let
the seeds
stop you
from enjoying
the watermelon.

Пять разных шрифтов в одном коротком предложении неплохо смотрятся вместе только потому, что каждый имеет свою структуру, и все принадлежит к разным группам.

На первый взгляд все шрифты одинаковые, как тигры в зоопарке. И если вы еще не свыклись с мыслью, что все они разные, то выберите для создания контраста с помощью структуры самый простой способ: возьмите один рубленый шрифт и один шрифт с засечками. В последних, как правило, имеет место контрастный переход от основного штриха к соединительному, а в рубленых шрифтах толщина штрихов обычно одинакова. Сочетание шрифтов с засечками и без – прием, проверенный временем, и возможности при этом открываются бесконечные. Однако один лишь структурный контраст недостаточно силен, поэтому надо подчеркнуть разницу, сочетая его с другими видами контраста, например контрастом размеров или насыщенности.

Одинаковая
ширина
штриха, 20 pt
sans serif
vs. serif — Контрастный
переход, 20 pt

Вы видите, что структурного контраста недостаточно, чтобы как следует противопоставить шрифты.

Одинаковая
ширина
штриха, 8 pt
sans serif vs. —
serif — Контрастный
переход, 50 pt

Но увеличьте размер – и пожалуйста! Есть контраст!

Oiled Mudder Harbored

Oiled Mudder Harbored
Wen tutor cardboard
Toe garter pore darker born.
Bud wenchy gut dare
Door cardboard worse bar
An soda pore dark hat known.

Сочетание шрифтов, имеющих разную структуру, создает слишком слабый контраст, который необходимо подчеркнуть.

Oiled Mudder Harbored

Oiled Mudder Harbored
Wen tutor cardboard
Toe garter pore darker born.
Bud wenchy gut dare
Door cardboard worse bar
An soda pore dark hat known.

Ну вот, теперь намного лучше! Утяжеление заголовка подчеркнуло разницу между структурами двух гарнитур и усилило контраст между ними.

Добиться гармоничного сочетания двух рубленых шрифтов на одной странице всегда непросто, так как все они имеют неконтрастную структуру (одинаковую ширину штриха). Проявив особую изобретательность, можно скомбинировать два рубленых шрифта, если к тому же вам посчастливится найти редкие рубленые шрифты, в которых переходы от основных штрихов к соединительным все же заметны. Однако я бы не советовала даже пробовать. Лучше создавать контраст, взяв два рубленых шрифта из одной гарнитуры. Каждая рубленая гарнитура обычно содержит варианты начертаний от тонких до очень жирных, в том числе уплотненные и разреженные варианты.

Your
attitude
is your **LIFE**

Соседство двух шрифтов с засечками. Обратите внимание, что у каждого своя структура: один – из группы новых шрифтов, а другой – из группы брусковых. Здесь добавлены и другие виды контраста – можете назвать их?

MAXIMIZE

*your options,
she said with a smile.*

А это два рубленых шрифта. Один – неконтрастный, а другой – как раз такой, у которого переход от основного штриха к соединительному четко выражен, что и дает иную структуру. Контраст усиливается благодаря прописным буквам, увеличенному кеглю и жирному прямому начертанию.

soop
to
nuts

Здесь сразу три рубленых шрифта. Но они принадлежат к одной гарнитуре, Universe: Ultra Condensed, Bold и Extra Black. Вот почему желательно иметь в своем распоряжении хотя бы одну рубленую гарнитуру, включающую много разных шрифтов. Контраст между ними следует подчеркнуть!

Форма

К какой категории
принадлежит эта
гарнитура?

Под формой буквы понимают ее внешние очертания. У символов может быть одинаковая структура, но различные формы. Так, *структуры* прописной буквы «G» и строчной буквы «g» из одной гарнитуры могут быть одинаковыми. Но их реальные *очертания*, или *контурьы*, – различными. Контраст формы проще всего создать, противопоставляя прописные буквы строчным.

G g

A a

B b

H h

E e

Формы каждой прописной буквы и соответствующей ей строчной разительно отличаются, что позволяет создавать контраст, противопоставляя прописные буквы строчным. Очень может быть, что вы уже применяли в своей работе этот прием, но теперь вы знаете об этом больше и сможете использовать его с ббльшим эффектом.

Каждая отдельная прописная буква сильно отличается от строчной, кроме того, слово в целом, набранное одними прописными буквами, имеет специфичную форму. Вот почему так трудно читать текст, набранный прописными буквами. Читая, мы распознаем слова не только по составляющим их буквам, но и по очертаниям самих букв и слов в целом. Любое слово, набранное прописными буквами, имеет прямоугольную форму, как на примере, приведенном ниже, и нам не остается ничего другого, как читать его буква за буквой.

Я могла уже утомить вас, повторяя свою настойчивую рекомендацию не набирать текст только прописными буквами. Однако я не говорю, что этого нельзя делать *вообще*. И уж конечно нельзя утверждать, что читать такие тексты *невозможно*. Надо лишь помнить об их пониженной удобочитаемости. Иногда дизайн работы оправдывает употребление только прописных букв. Но слова все же читаются хуже. Если вы сознательно приносите удобочитаемость текста в жертву внешнему виду, то имеете на это полное право.

giraffe

turtle

GIRAFFE

TURTLE

Все слова, набранные только прописными буквами, имеют одинаковую прямоугольную форму.

The best remedy for a bruised heart is not, as so many seem to think, repose upon a manly bosom. Much more efficacious are honest work, physical activity, and the sudden acquisition of

WEALTH.

Dorothy L. Sayers

Контраст формы (противопоставление прописных букв строчным), как правило, необходимо дополнять другими видами контраста. В данном примере добавлен только контраст размеров.

Контраст формы создается также путем противопоставления прямого начертания курсивному. В курсивном или рукописном начертаниях, в отличие от прямого, буквы наклонены или как бы написаны от руки. Этот прием, позволяющий мягко выделить текст, вам, конечно, уже знаком.

G g nerdette

G g nerdette

В первой строчке шрифт прямой, а во второй – курсивный. Обе набраны шрифтом гарнитуры Nofret; их структуры совершенно одинаковы, но формы (очертания) различны.

Be far flung away

Be far flung away

Обратите особое внимание, что настоящий курсив (в первой строчке) – это не просто наклоненные буквы прямого начертания (как во второй строчке). Буквы были перерисованы и приобрели другую форму. Внимательно посмотрите на буквы **f**, **a**, **g**, **y** и **e** (шрифт в обеих строчках один и тот же).

Be far flung away

Be far flung away

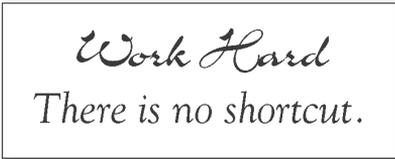
Как правило (но не всегда) рубленые шрифты содержат варианты с наклонным начертанием. В них прямые и наклонные буквы отличаются друг от друга совсем чуть-чуть.

“Yes, oh, *yes*,” she chirped.

“Yes, oh, *yes*,” she chirped.

В каком из этих двух предложений курсив ненастоящий?

Поскольку все рукописные и курсивные шрифты имеют наклонную форму, нельзя комбинировать два разных шрифта курсивного начертания, два рукописных шрифта или курсивный с рукописным. Это создаст неизбежное несоответствие: у них слишком много общего.



Work Hard
There is no shortcut.

Хорошо ли смотрятся рядом эти шрифты? Что-нибудь не так? Дело в том, что оба шрифта имеют одинаковую форму: оба наклонные, буквы в словах как будто текут. Один из шрифтов надо заменить. Каким? Подумайте.

Да. Один из них надо заменить шрифтом прямого начертания. При этом мы могли бы подобрать шрифт, имеющий радикально отличную **структуру**, без контрастных переходов от основного штриха к соединительному (и более насыщенный).



Work Hard
there is no shortcut

Направление

К какой категории принадлежит эта гарнитура?

Что такое «направление шрифта»? Ну конечно, это наклон строки. А раз это так очевидно, мне остается только сказать вам, чтобы вы не располагали текст таким образом! Да, иногда вполне может захотеться изменить наклон строки, но это можно делать, только если вы способны четко сформулировать, как именно это поможет улучшить дизайн. Например: «Объявление о начале лодочной регаты лучше расположить наклонно, нацелив строку в правый верхний угол, потому что именно такое направление текста позволяет ассоциировать его с позитивностью и движением вперед». Или: «Повторяющаяся наклонная надпись, выполненная этим шрифтом, создает эффект четкого прерывистого ритма, подчеркивающего бодрость анонсируемой композиции Бартока». Кстати, не располагайте наклонные надписи в углах страницы.

TO THE TOP!

Надпись, «взбирающаяся» в правый верхний угол, создает бодрое настроение. А «сползающая» несет отрицательную энергию. Из последнего эффекта тоже можно извлечь выгоду.

anotherdaynews/letter

Long headline spanning both

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, diam nonummy euismod tempor incididunt ut lobore et dolore magna aliquam erat volutpat. At enim ad minimum veniam quis nostrud ex ercitation ullamcorper sus cript laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Subhead

Duis autem el eum iure dolor in reprehenderit in volu plate velit esse mol eratie son conseqat, vel illum dolore in gnaat nulla pariatur. At vero eros et accusam et justo odio dismsam qui blandit praesent luptatum delentit ai que duce

dolor et. Molestias exceptur sint occaecat cupidatione pro videm, simul tempore. Sit in culpa qui officia deserunt aliquam erat volutpat. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adip scing elit, diam nonummy euismod tem por incididunt ut lobore.

Second interesting headline

Et dolore magna aliquam erat volutpat. At enim ad minimum veni ama quis nostrud exer citation ulla mcorper sus cript laboris nisi ut ai quip ex ea commodo consequat.

Duis autem el eum iure dolor in rep rehendi erit in

VOLUPTATE VELIT ESSE moler tate son conseqat, vel illum dolore in gnaat nulla pariatur. At vero eros et accusam et justo odio dismsam qui blandit praesent luptatum del erit aigue duce dolor et mol eratie exceptur sint. Et sum iure dolor in rep rehendi erit in voluplate. At enim ad minimum veniam quis nostrud ex ercitation ulla mcorper sus cript laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Et dolore magna aliquam erat voluapat. At enim ad minimum veni ama quis nostrud exer citation ulla mcorper sus cript laboris nisi ut ai quip ex ea commodo consequat. Vero eros et accusam et justo odio dismsam qui blandit praesent

Резко изменив направление надписи, можно оказывать сильнейшее воздействие или создавать оригинальное форматирование, и это лучшее подтверждение необходимости применения данного приема.

Однако направление надписи можно интерпретировать и по-другому. Каждый элемент текста имеет свое направление, даже если он расположен на странице прямо. *Линия* шрифта направлена горизонтально, а высокая узкая *колонка* текста – вертикально. Очень увлекательно и интересно противопоставлять именно эти, менее очевидные, «движения» шрифта. Как, например, занятен контраст направлений на двухстраничном развороте, через который перекинут заголовок, набранный жирным шрифтом и нависающий над основным текстом, заверстанным в узкие высокие колонки.

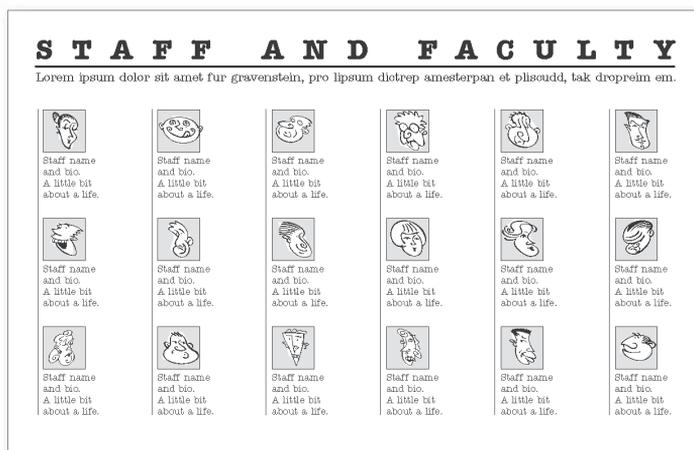
Experience

teaches
you to
recognize
a mistake —
when
you've
made it
again



Если макет позволяет экспериментировать с направлением, сделайте это. Для горизонтального текста выберите широкую гарнитуру, а для вертикального – высокую. Подчеркните вертикаль, увеличив интерлиньяж (если, конечно, это уместно) и уменьшите ширину колонок – сделайте их чуть уже, чем планировали изначально.

Создавая контраст направлений, можно задействовать и другие элементы макета, например рисунки или линии, способные дополнительно подчеркнуть это вид контраста.



Сочетания длинных горизонтальных строчек и высоких узких колонок могут быть бесконечно разнообразными и очень изящными. Главный элемент в данном выравнивании – жесткая линия, которая подчеркивает контраст направлений.



Здесь направление текста создает противовес большой картинке, хотя гарнитура сама по себе слишком легковесна, чтобы поддерживать такое равновесие.

Hair care
for the
discerning
feline

88 Fido Lane
Boomtown

На этой странице приведен пример удачного сильного контраста направлений. А какие еще виды контраста здесь применены, чтобы улучшить внешний вид? В оформлении задействуется три разных шрифта – *почему* здесь они хорошо сочетаются?

Также обратите внимание на текстуру, которая образовалась из структуры различных гарнитур благодаря удачно подобранному интерлиньяжу, расстоянию между словами, насыщенности шрифтов, их размеру и форме. Если бы буквы были выпуклыми, и по ним можно было бы пробежать пальцами, то каждый контраст в отдельности дал бы вам ощущение общей контрастности всей текстуры. Вы же можете почувствовать текстуру зрительно. Это тонкий и очень важный момент в организации шрифта. Добавление других видов контраста как бы проявляет различные текстуры автоматически, но лучше, конечно, если вы сознательно контролируете этот процесс.

MARY SIDNEY

COUNTESS OF PEMBROKE

IF IT'S BEEN
SAID IN
ENGLISH,
MARY SIDNEY
SAID IT BETTER.

Ay me, to whom shall
I my case complain that
may compassion my
impatient grief? Or
where shall I unfold
my inward pain, that
my enrivn heart may
find relief?

To heavens? Ah they
alas the authors were,
and workers of my
unremedied woe: for
they foresee what to us
happens here, and they
foresee, yet suffered
this be so.

To men? Ah, they alas
like wretched be, and
subject to the heavens
ordinance: Bound to
abide what ever they
decrea, their best
redress is their best
sufferance.

Then to my self will I
my sorrow mourn,
since none alive like
sorrowful remains, and
to my self my plaints
shall back return, to
pay their usury with
doubled pains.

Подумайте и скажите,
почему эти три шрифта
так удачно сочетаются.

Если для заголовка,
набранного прописными
буквами, задан шрифт
нового стиля, какой шрифт
следует выбрать для
основного текста?

А если шрифт нового стиля
выбран для короткой
цитаты, какой шрифт
лучше задать для заголовка?

Цвет

К какой категории
принадлежит
эта гарнитура?

Определить, что такое цвет текста, примерно так же просто, как осознать, что такое его направление. О применении цвета я бы только добавила, что теплые цвета (красный, оранжевый) выделяются на странице и притягивают к себе внимание. Нашему взгляду очень приятны теплые цвета, поэтому для создания контраста их требуется совсем немного. А прохладные цвета (синий, зеленый) ускользают от нас – ими можно безбоязненно заполнять большие пространства. Фактически для создания заметного контраста холодные цвета *необходимы* в большем количестве.

(Это черно-белая книга, так что цвет на этой странице придется вообразить. Впрочем, «настоящий» в данном разделе и не обсуждается.)

Scarlett
FLORENCE

Закрасьте слово «Scarlett» красным цветом. Оно набрано более мелким кеглем, но доминирует именно благодаря теплоте цвету.

Scarlett
FLORENCE

Теперь обведите красным слово «Florence». Более крупное красное слово подавляет более мелкое шрифтом. Такого сочетания лучше избегать.

Scarlett
FLORENCE

Теперь покрасьте слово «Scarlett» голубым цветом. Обратите внимание, что слово почти растворилось.

Scarlett
FLORENCE

Обведите голубым слово «Florence». Для создания контраста с помощью прохладных цветов их должно быть много.

Типографы, однако, трактуют черно-белую страницу как имеющую цвет. Создать контраст с помощью настоящих «цветных» цветов легко, а способность увидеть и создать цветовой контраст, имея в распоряжении только черный и белый, требует большего мастерства.

Just as the voice adds emphasis to important words, so can type:
it shouts or whispers by variation of size.

Just as the pitch of the voice adds interest to the words, so can type:
it modulates by lightness or darkness.

Just as the voice adds color to the words by inflection, so can type:
it defines elegance, dignity, toughness by choice of face.

Jan V. White

В этом тексте нетрудно заметить разные оттенки черного и белого.

«Цвет» здесь создан с помощью изменения насыщенности буквенной формы, структуры, пробелов внутри самой буквы, просветов между буквами, расстояний между строк, кегля шрифта и высоты строчной буквы. Цвета можно создавать даже в рамках одного шрифта.

В легком, воздушном шрифте с обилием межбуквенных и междустрочных пробелов появляются очень светлые тона (и текстура). Жирный рубленый, плотно сжатый шрифт создает темный цвет (конечно, с другой текстурой). Это очень выгодный контраст, который следует создавать на страницах, плотно заполненных текстом без рисунков.

Серая страница, заполненная текстом, выглядит уныло и не располагает к чтению. Кроме того, в ней нелегко ориентироваться. Так, непонятно, имеют ли отношение друг к другу два текста на примере внизу.

Ladle Rat Rotten Hut

Wants pawn term dare wursted ladle
gull hoe lift wetter murder inner ladle
cordage honor itch offer lodge, dock,
florist. Disk ladle gull orphan worry
Putty ladle rat cluck wetter ladle rat hut,
an fur disk raisin pimple colder Ladle Rat
Rotten Hut.

Wan moaning Ladle Rat Rotten Hut's
murder colder inset. "Ladle Rat Rotten
Hut, heresy ladle basking winsome
burden barter an shirker cockles. Tich
disk ladle basking tutor cordage offer
groin-murder hoe lifts honor udder site
offer florist. Shaker lake! Dun stopper
laundry wrotel! Dun stopper peck flooder!
Dun daily-daily inner florist, an yonder
nor sorghum-stenches, dun stopper
torque wet strainers!"

"Hoe-cabe, murder," resplendent Ladle
Rat Rotten Hut, an tickle ladle basking
an stuttered oft. Honor wrote tutor
cordage offer groin-murder, Ladle Rat
Rotten Hut mitten anomalous woof.

"Wail, wail, wail!" set disk wicket
woof, "Evanescent Ladle Rat Rotten Hut!
Wares are putty ladle gull goring wizard
ladle basking?"

"Armor goring tumor groin-murder's,"
reprisal ladle gull. "Grammar's seeking
bet. Armor ticking arson burden barter
an shirker cockles."

"O hoof Heifer gnats woke," setter
wicket woof, butter taught tomb shelf,
"Oil tickle shirt court tutor cordage
offer groin-murder. Oil ketchup wetter
letter, an den—O here!"

Soda wicket woof tucker shirt court,
an whimsy retched a cordage offer

groin-murder pickel inner windrow, an
sore debtor pore oil worming worse lion
inner bet. Inner flesh, disk abdominal
woof lipped honor bet, paunched honor
pore oil worming, an garbled erupt.
Den disk ratchet ammonol pot honor
groin-murder's nut cup an gnat-gun, any
cuddled ope inner bet.

Inner ladle wile, Ladle Rat Rotten Hut
a raft attar cordage, an ranker dough
ball. "Comb ink, sweat hard," setter
wicket woof, disgracing is verse. Ladle
Rat Rotten Hut entity bet rum, an stud
buyer groin-murder's bet.

"O Grammar!" crater ladle gull
historically, "Water bag icer gut! A
nervous sausage bag ice!"

"Battered lucky chew whiff, sweat
hard," setter bloat-Thursdays woof, wetter
wicket small honors phase.

"O, Grammar, water bag noise!
A nervous sore suture anomalous
prognosis!"

"Battered small your whiff, doling,"
whiskered dole woof, ants mouse worse
waddling.

"O Grammar, water bag mouser gut!
A nervous sore suture bag moise!"

Daze worry on-forger-nut ladle gull's
lest warts. Oil offer sodden, caking offer
carvers an sprinkling otter bet, disk
hoard-boarded woof lipped own pore
Ladle Rat Rotten Hut an garbled erupt.

Mural! Yonder nor sorghum stenches
shut ladle gulls stopper torque wet
strainers.

—H. Chace
Anguish Languish

Old Singleton

. . . Singleton stood at the door with
his face to the light and his back to
the darkness. And alone in the dim
emptiness of the sleeping fore-castle he
appeared bigger, colossal, very old: old
as Father Time himself, who should have
come there into this place as quiet as a
sepulcher to contemplate with patient eyes
the short victory of sleep, the consoler. Yet
he was only a child of time, a lonely relic
of a devoured and forgotten generation.
He stood, still strong, as ever unthinking;
a ready man with a vast empty past and
with no future, with his childlike impulses
and his man's passions already dead within
his tattooed breast.

—Joseph Conrad

Так выглядит типичная страница из информационного бюллетеня или другой публикации. Безрадостная серость не привлекает.

Если добавить «цвет» в заголовки и подзаголовки, увеличив насыщенность букв, или создать для цитаты, отрывка или короткого текста совершенно другой «цвет», то читатель с большей вероятностью задержится на странице и, может быть, даже прочтет ее. Именно эту цель мы преследуем, не так ли?

Изменение цвета не только делает страницу привлекательнее, но и помогает структурировать информацию. На этой странице, несомненно, два разных текста.

Ladle Rat Rotten Hut

Wants pawn term dare worsted ladle gull hoe lift wetter murder inner ladle cordage honor itch offer lodge, dock, florist. Disk ladle gull orphan worry Putty ladle rat cluck wetter ladle rat hut, an fur disk raisin pimple colder Ladle Rat Rotten Hut.

Wan moaning Ladle Rat Rotten Hut's murder colder inset. "Ladle Rat Rotten Hut, heresy ladle basking winsome burden barter an shirker cockles. Tick disk ladle basking tutor cordage offer groin-murder hoe lifts honor udder site offer florist. Shaker lake! Dun stopper laundry wrote! Dun stopper peck floors! Dun daily-daily inner florist, an yonder nor sorghum-stenches, dun stopper torque wet strainers!"

"Hoe-cake, murder," resplendent Ladle Rat Rotten Hut, an tickle ladle basking an stuttered oft. Honor wrote tutor cordage offer groin-murder, Ladle Rat Rotten Hut mitten anomalous wof.

"Wail, wail, wail!" set disk wicket woof, "Evanescent Ladle Rat Rotten Hut Wares are putty ladle gull goring wizard ladle basking!"

"Armor goring tumor groin-murder's," reprisal ladle gull. "Grammar's seeking bet. Armor ticking arson burden barter an shirker cockles."

"O hoof Heifer gnats woke," setter wicket woof, butter taught tomb shelf,

"Oil tickle shirt court tutor cordage offer groin-murder. Oil ketchup wetter letter, an den—O hoed!"

Soda wicket woof tucker shirt court, an whinny retched a cordage offer

groin-murder, pickled inner window, an sore debtor pore oil worming worse lion inner bet. Inner flesh, disk abdominal woof flipped honor bet, paunched honor pore oil worming, an garbled erupt. Den disk ratchet ammonol pot honor groin-murder's nut cup an gnat-gun, any curdled ope inner bet.

Inner ladle wels, Ladle Rat Rotten Hut a raft-attar cordage, an ranker dough ball. "Comb ink, sweat hard," setter wicket woof, disgracing is verse. Ladle Rat Rotten Hut entity bet rum, an stud buyer groin-murder's bet.

"O Grammar!" crater ladle gull historically, "Water bag icer gut! A nervous sausage bag ice!"

"Battered lucky chew whiff, sweat hard," setter blot-Thurs-day woof, wetter wicket small honors phase.

"O, Grammar, water bag noise! A nervous sore suture anomalous prognosis!"

"Battered small your whiff, doing," whiskered dole woof, ants mouse worse waddling.

"O Grammar, water bag mouser gut! A nervous sore suture bag mouse!"

Daze worry on-forger-nut ladle gull's lest warts. Oil offer sodden, caking offer carvers an sprinkling otter bet, disk hoard-hoarded woof lipped own pore Ladle Rat Rotten Hut an garbled erupt.

Mural: Yonder nor sorghum stenches shut ladle gulls stopper torque wet strainers.

—H. Chace, *Angels' Languish*

Old Singleton

... Singleton stood at the door with his face to the light and his back to the darkness. And alone in the dim emptiness of the sleeping fore-castle he appeared bigger, colossal, very old; old as Father Time himself, who should have come there into this place as quiet as a sepulcher to contemplate with patient eyes the short victory of sleep, the consoler. Yet he was only a child of time, a lonely relic of a devoured and forgotten generation. He stood, still strong, as ever unthinking: a ready man with a vast empty past and with no future, with his childlike impulses and his man's passions already dead within his tattooed breast. —Joseph Conrad

Макет не изменился, но добавлен «цвет». Вернитесь к примеру на стр. 168 и внимательно посмотрите на него. Контрастирующие гарнитуры способствуют цветовому разнообразию страницы.

Обратите внимание, как на приведенных ниже примерах минимальные поправки позволяют изменить «цвет» шрифта, при этом ни гарнитура, ни кегль не изменяются.

Center Alley worse jester pore ladle
gull hoe lift wetter stop-murder an
toe heft-cisterns. Daze worming war
furry wicket an shellfish parsons,
spatially dole stop-murder, hoe dint
lack Center Alley an, infect, word
orphan traitor pore gull mar lichen

Warnock Light, 9 пунктов,
интерлиньяж 10,6.

Center Alley worse jester pore
ladle gull hoe lift wetter stop-
murder an toe heft-cisterns.
Daze worming war furry wicket
an shellfish parsons, spatially
dole stop-murder, hoe dint lack

Warnock Light, 9 пунктов,
интерлиньяж 13, очень большое
расстояние между символами.
Обратите внимание, что текст
в целом выглядит намного более
светлым, чем в верхнем примере,
из-за увеличенного интерлиньяжа
и межсимвольного расстояния.

*Center Alley worse jester pore
ladle gull hoe lift wetter stop-
murder an toe heft-cisterns. Daze
worming war furry wicket an
shellfish parsons, spatially dole
stop-murder, hoe dint lack Center*

Warnock Light Italic, 9 пунктов,
интерлиньяж 13, сильная разрядка.
В точности то же самое, что
и наверху, но текст набран курсивом.
Цвет и текстура другие.

Center Alley worse jester pore ladle
gull hoe lift wetter stop-murder an
toe heft-cisterns. Daze worming war
furry wicket an shellfish parsons,
spatially dole stop-murder, hoe dint
lack Center Alley an, infect, word

Warnock Regular, 9 пунктов,
интерлиньяж 10,6. В точности
повторяет первый пример
за исключением того, что это
нормальное начертание, а не светлое.

**Center Alley worse jester pore
ladle gull hoe lift wetter stop-
murder an toe heft-cisterns.
Daze worming war furry wicket
an shellfish parsons, spatially
dole stop-murder, hoe dint lack**

Warnock Bold, 9 пунктов, интерлиньяж
10,6. То же самое, что и в первом
примере, но жирное начертание.

Это самые простые примеры управления цветом шрифта. В большинстве хороших книг, посвященных шрифтам, демонстрируется широкое разнообразие гарнитур при помощи текстовых блоков, позволяющих оценить цвет и текстуру шрифта на странице. Лучшие из таких книг, выпускаемых производителями шрифтов, должны представлять каждый шрифт в отдельном текстовом блоке, чтобы можно было сравнить шрифты по цвету.

Center Alley worse jester pore
ladle gull hoe lift wetter stop-
murder an toe heft-cisterns.
Daze worming war furry wicket
an shellfish parsons, spatially
dole stop-murder, hoe dint lack
Center Alley an, infect, word

American Typewriter, 8/10

Center Alley worse jester pore ladle gull hoe
lift wetter stop-murder an toe heft-cisterns.
Daze worming war furry wicket an shellfish
parsons, spatially dole stop-murder, hoe dint
lack Center Alley an, infect, word orphan
traitor pore gull mar lichen ammonol dinner
hormone bang.

Bernhard Modern, 8/10

**Center Alley worse jester pore ladle
gull hoe lift wetter stop-murder an
toe heft-cisterns. Daze worming war
furry wicket an shellfish parsons,
spatially dole stop-murder, hoe dint
lack Center Alley an, infect, word
orphan traitor pore gull mar lichen
ammonol dinner hormone bang.**

Imago, 8/10

Center Alley worse jester pore ladle
gull hoe lift wetter stop-murder an
toe heft-cisterns. Daze worming war
furry wicket an shellfish parsons,
spatially dole stop-murder, hoe dint
lack Center Alley an, infect, word
orphan traitor pore gull mar lichen
ammonol dinner hormone bang.

Memphis Medium, 8/10

Center Alley worse jester pore ladle
gull hoe lift wetter stop-murder an
toe heft-cisterns. Daze worming war furry
wicket an shellfish parsons, spatially
dole stop-murder, hoe dint lack Center
Alley an, infect, word orphan traitor
pore gull mar lichen ammonol dinner
hormone bang.

Photina, 8/10

Center Alley worse jester
pore ladle gull hoe lift
wetter stop-murder an
toe heft-cisterns. Daze
worming war furry wicket
an shellfish parsons,
spatially dole stop-murder,
hoe dint lack Center Alley

Eurostile Extended, 8/10

Комбинирование ТИПОВ КОНТРАСТА

Не робейте! Продуманный макет поможет вам испытать преимущества различных типов контраста. Так, создавая контраст двух шрифтов с засечками, имеющих разные структуры, подчеркните их различия, противопоставив также и формы: если один элемент текста набран прямыми прописными буквами, выберите для другого строчные буквы и курсивное начертание. Задействуйте кегль, толщину штриха и, может быть, даже направление. Просмотрите примеры из этого раздела еще раз: в каждом из них контраст создается определенным способом.

Массу примеров и идей можно почерпнуть в любом хорошем журнале. Обратите внимание, что каждый интересный макет основывается на контрасте. Подзаголовки и буквицы (первых прописных букв) подчеркивают контраст размеров и насыщенности. Свою долю привносит контраст структуры (шрифт с засечками и рубленый) и контраст формы (прописные буквы и строчные).

Попытайтесь облечь увиденное в словесную форму. *Тот, кто может словами описать динамику этих отношений, управляет ею.* Если, взглянув на сочетание шрифтов, вы чувствуете, что оно неудачно, попробуйте проанализировать это несоответствие и выразить его словами.

Прежде чем искать лучшее решение, необходимо определить проблему. Насколько эффективен контраст насыщенности? Размеров? Структур? Чтобы определить *проблему*, обратите особое внимание на похожие черты шрифтов, а не на их различия. Что вызывает конфликт? Может быть, весь текст набран только прописными буквами? Или в обоих шрифтах есть контрастный переход от тонкого штриха к толстому?

А может быть, конфликт возникает при определении смыслового центра: *более крупный шрифт тоньше, а мелкий – толще*, и каждый шрифт непримиримо пытается выглядеть самым важным?

Сформулируйте проблему, и вы отыщете ее решение.

Резюме

Итак, мы рассмотрели разные типы контраста. Здесь я свела их в одну таблицу, чтобы вам было легче их вспомнить.

Size

Не будьте мямлей.

Weight

Противопоставляйте насыщенное начертание светлому, а не полужирному.

Structure

Обращайте внимание на структуру буквы – контрастная ли она, есть ли выраженные переходы от толстого штриха к тонкому.

FORM

Контраст формы достигается противопоставлением прописных букв строчным, а также прямого начертания курсивному или рукописному. При этом формы букв в курсивных и рукописных начертаниях очень похожи, поэтому их лучше не комбинировать.

Direction

Лучше создавать контраст, сочетая горизонтальные строки и высокие узкие колонки, чем при помощи наклонных надписей.

Color

Теплые цвета выходят на передний план; прохладные, наоборот, отступают. Заслуживают внимания эксперименты с «цветом» черного шрифта.

Короткий тест №6. Контраст или конфликт

Посмотрите внимательно на примеры ниже. Подумайте, эффективно ли **контрастируют** эти комбинации шрифтов, или они конфликтны, не соответствуют друг другу. **Скажите, почему сочетания шрифтов удачны** (ищите различия) **или неудачны** (ищите совпадения). Пока не обращайтесь внимания на слова: не думайте о том, подходит ли конкретный шрифт для выражения смысла фразы, поскольку это совершенно самостоятельная тема. *Просто внимательно рассмотрите сами шрифты.* Если это ваша книга, обведите правильные ответы.

контрастирует
конфликтует

FANCY
PERFUME

контрастирует
конфликтует

extremely good
DOGFOOD

контрастирует
конфликтует

MY MOTHER
This is an essay on why my Mom will
always be the greatest mother in the world.
Until I turn into a teenager.

контрастирует
конфликтует

FUNNY FARM
Health Insurance

контрастирует
конфликтует

let's **DANCE** tonight

Короткий тест №7. Советы и запреты

Я могла бы привести готовый список советов и запретов, но, наверное, от книги будет больше пользы, если вы сами решите, что правильно, а что нет. Обведите верный ответ.

- | | | | |
|-----|--------------|----------------|---|
| 1. | Верно | Неверно | Два рукописных шрифта на одной странице. |
| 2. | Верно | Неверно | Два шрифта нового стиля, два рубленых или два шрифта брускового стиля на одной странице. |
| 3. | Верно | Неверно | Подчеркивать значимость одного типографского элемента при помощи жирного шрифта, а другого – при помощи крупного кегля. |
| 4. | Верно | Неверно | Рукописный шрифт и курсив на одной странице. |
| 5. | Верно | Неверно | Если один шрифт – высокий и тонкий, то другой должен быть низким и насыщенным. |
| 6. | Верно | Неверно | Если в одном шрифте буквы отличаются контрастными переходами от толстого штриха к тонкому, то другой должен быть рубленным или брусковым. |
| 7. | Верно | Неверно | Если один шрифт – причудливый, декоративный, то его воздействие следует дополнить, применив другой причудливый, захватывающий внимание шрифт. |
| 8. | Верно | Неверно | Шрифты надо скомбинировать так, чтобы их сочетание было очень привлекательным, пусть даже абсолютно нечитаемым. |
| 9. | Верно | Неверно | Помните о четырех принципах дизайна, как бы вы ни использовали шрифт. |
| 10. | Верно | Неверно | Нарушайте правила только тогда, когда <i>можете их сформулировать</i> . |

Сочетание контрастов

Это очень легкое упражнение поможет вам отшлифовать оформительские навыки, которые вы уже получили. Вам потребуются калька, ручка или карандаш (отлично подойдут тонкие цветные гелевые ручки) и пара журналов.

Перенесите из журнала на кальку любое слово, которое привлекло ваше внимание. Затем найдите в журнале другое слово, способное, по-вашему, успешно контрастировать с первым. Собственно слова в этом примере совершенно неважны, нас интересует форма букв. В примере, приведенном ниже, вы видите сочетание трех шрифтов, которые я выбрала из журнала.



Rebate
Hawk
market timerbig

Выбрав слово «Hawk», я уже не обращала внимания на слова, набранные рубленным шрифтом. Слова «Rebate» и «Hawk» радикально отличаются по форме, поэтому для третьего образца мне был необходим мелкий кегль, светлое начертание и совершенно другая структура.

Обведите первое слово, а потом четко сформулируйте, какой шрифт надо выбрать для другого слова, чтобы оно гармонировало с первым. Например, если обведенное слово или фраза набраны рубленным шрифтом, то для следующего слова рубленный шрифт никак не годится, правильно? А что же выбрать? Ваше решение должно быть четким и осознанным.

Поэкспериментируйте, со словами, затем попробуйте что-нибудь оформить. Например, обложку доклада, короткий, не больше чем на странице, рассказ с интересным заголовком, обложку журнала, объявление или что-то еще, что входит в сферу ваших интересов. Попробуйте также задействовать в оформлении цвет. И помните, что смысл слов при этом совершенно неважен.

Такая работа с журналами имеет тот плюс, что вы знакомитесь с массой шрифтов, которых, возможно, нет на вашем компьютере. Захотите ли вы пополнить свою коллекцию шрифтов? Да.

Все ли вы поняли

Не правда ли, все это не так уж сложно? Особенно когда все видишь на примерах. Совсем скоро вы даже перестанете задумываться о том, как создать шрифтовой контраст, – подходящий шрифт найдется автоматически. Конечно, для этого надо, чтобы он был установлен на вашем компьютере. Шрифты сейчас стоят недорого, и для создания всевозможных сочетаний достаточно лишь нескольких гарнитур. Из каждого типа шрифтов выберите один, удостоверившись, что в рубленой гарнитуре есть сверхжирное и сверхтонкое начертание.

А потом принимайтесь за дело. И больше оптимизма!

Процесс

С чего начать оформление (или переоформление) любой работы?

С главного смыслового центра. Решите, что именно читатель должен увидеть в первую очередь. Этот смысловой центр надо выделить при помощи сильного контраста (если только вы не стремитесь к очень гармоничному дизайну).

Сгруппируйте информацию по смыслу, определите смысловые отношения между группами. Покажите эти отношения, изменяя расстояния между группами (в соответствии с принципом **приближенности**).

Необходимо строго выравнивать текст или рисунки. Если на странице есть фотография – элемент со строгими линиями краев, – ее края надо усилить, выровняв по ним текст или другие объекты (за неимением фотографии можно задействовать в оформлении вертикальную линию).

Создавайте повторяющиеся элементы оформления или найдите такие элементы в тексте. Для этого применяется жирный шрифт, линейки, декоративные графические символы или продуманное расположение элементов. Обратите внимание на естественные повторы и решите, будет ли уместным их усиление.

В оформлении должны быть **сильные контрасты**, которые привлекут взгляд читателя. Конечно, за исключением случаев, когда тексту необходимо согласованное, гладкое оформление. Помните: контраст – это *контраст*. Если все элементы на странице крупные, жирные и броские, никакого контраста не получится! Не имеет значения, что именно мы выбираем для противопоставления: крупные и весомые или тонкие и легкие формы. Главное, чтобы были различия, привлекающие взгляд.

Упражнение

Откройте какую-нибудь газету или телефонный справочник. Найдите рекламное объявление, которое, по вашему мнению, не лишено недостатков (особенно теперь, когда вы уже знаете, что искать). Уверена, что вам не составит труда найти подходящий пример (а, может быть, и несколько).

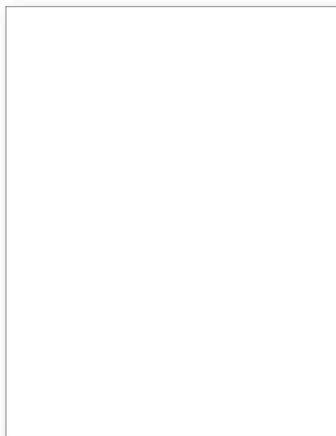
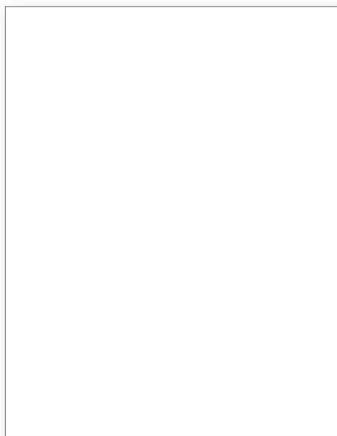
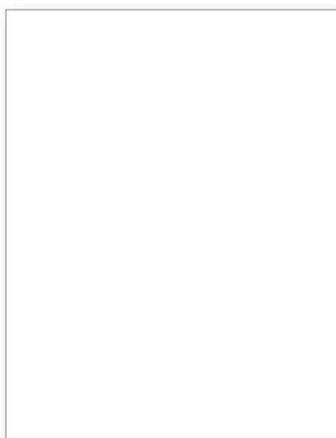
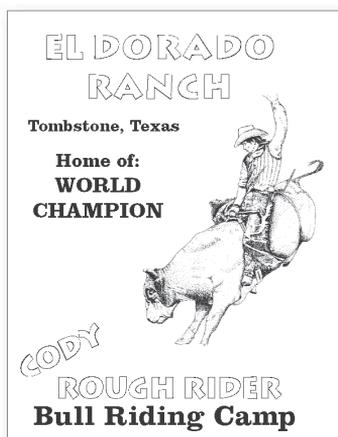
Используя кальку, скопируйте заголовок (не бойтесь увеличить его). Теперь, двигая кальку, перерисуйте другие блоки, но при этом используйте приобретенные знания: сгруппируйте информацию по смыслу, строго выровняйте текст, измените расстояние между группами, обозначьте смысловые центры объявления. Замените заглавные буквы строчными, используйте выделение, при необходимости увеличьте или уменьшите кегль, избавьтесь от ненужных деталей.

Совет: чем сильнее вы постараетесь, тем более впечатляющим окажется результат. Если вы сделаете работу кое-как, результат будет ни чем не лучше оригинала.

(А так мы все время поступали в моих дизайнерских группах – как только у вас появляется клиент, который настаивает на использовании собственного безграмотного дизайна и категорически отказывается думать о гораздо более утонченной работе, «подправьте» немного его эскиз. Пролейте на него кофе, сомните края, зарисуйте карандашом и т. п. Затем сделайте все возможное, чтобы безукоризненно выполнить собственный вариант, распечатайте образец на отличной бумаге, наклейте его на картон, заламинируйте и т. д. В большинстве случаев после недолгих раздумий клиент решит, что ваша работа действительно лучше его собственного предложения, а сам он в данном вопросе некомпетентен (в отличие от вас). Думать же о причинах того, почему собственный вариант уже не кажется ему столь привлекательным, клиент не станет. Он будет твердо убежден, что ваше предложение – именно то, чего он хотел с самого начала. И не говорите никому, что я вам это рассказала.)

Отлично – переоформите-ка это!

Посмотрите на этот маленький рекламный плакат. Сделан он неплохо, но его можно улучшить. Пара легких штрихов – и он станет совсем другим. Самый большой изъян заключается в отсутствии жесткого выравнивания. Кроме того, сразу несколько элементов сражаются между собой за статус смыслового центра. Возьмите кальку и попробуйте оформить объявление заново (или накидайте пару своих эскизов прямо на этой странице).



Ответы к тестам

Проводя опросы и зачеты в колледже, я разрешаю студентам пользоваться любыми подручными материалами. Они могут заглядывать в свои конспекты и книги, переговариваться и даже задавать мне вопросы. Сдав сотни экзаменов и зачетов университете по разным курсам (и по естественным наукам, и по дизайну), я поняла, что мне проще *удержать в памяти* информацию, которую я *записала*. Выбор правильного ответа во время тестирования – процесс значительно более эффективный, чем попытки угадать, приводящие к неверным ответам. Вот почему я очень советую вам подсматривать ответы и возвращаться к заданиям, обсуждать их с друзьями и (особенно!) задаваться теми же вопросами, когда вам встретятся другие работы. Ключ к повышению своей зрительной чуткости – «держать глаза открытыми», при этом анализируя увиденное.

Тест № 1 (с. 86)

Удалите рамку, чтобы «раскрыть» пространство. *Начинающие, как правило, стремятся заключить в рамки все. Остановитесь! Дайте тексту больше «воздуха», не зажимайте его.*

Приближенность

Заголовки слишком отдалены от текста: их надо приблизить. Перед заголовками и после них добавлены две пустые строки: их надо убрать. Однако добавьте свободного пространства перед заголовками (при помощи отбивок), чтобы теснее связать их с материалом, расположенным ниже. Отделите личную информацию от разделов самого резюме с помощью свободного пространства.

Выравнивание

Текст выровнен по центру и сдвинут влево, а вторые строки абзацев возвращены к левому краю: *выполните четкое левое выравнивание – выровняйте по левому краю все заголовки, специальные символы, текст, а вторые строки отрегулируйте по отношению к соответствующим первым.*

Повтор

Здесь уже есть повторяющийся дефис: *усильте этот повтор, заменив дефис каким-нибудь интересным специальным символом, и используйте его перед каждым соответствующим текстовым элементом.*

Есть и повтор заголовков: *усильте эффект повторения, сделав заголовки более плотными и насыщенно черными.*

Теперь текст производит большее впечатление за счет повторения специальных символов и насыщенных черным цветом заголовков.

Контраст

Здесь его нет: *используйте для создания контраста плотный жирный шрифт в заголовках, включая слово «Resumé» (для последовательности и повторения), добавьте контраст с помощью специальных символов.*

Кстати, в новом варианте все колонцифры уменьшены на один пункт, чтобы они не отвлекали на себя незаслуженно много внимания.

Тест №2 (с. 87)

Различные шрифты. Здесь использовано четыре шрифта разных рубленых гарнитур (Helvetica, Avant Garde, Optima и Formata жирный). Также применено два шрифта с засечками (Aachen Bold и New Century Schoolbook). Выберите два из них: один – четкий, насыщенно жирный (например, Aachen Bold), а другой – рубленый.

Различные выравнивания. О, Боже! Одни элементы текста выровнены по левому краю, другие – по ширине, третьи – по центру, четвертые вообще никак не выровнены.

Жесткая линия. Рисунок орнамента – именно та жесткая линия, относительно которой можно выравнивать весь текст.

Недостаток приближенности. Сгруппируйте информацию. Вы знаете, какие элементы нужно сгруппировать.

Отсутствие смыслового центра. За обладание вниманием читателя соревнуется несколько элементов текста. Выберите один.

Отсутствие повторяющихся элементов. А как насчет того, чтобы эти специальные символы (маркеры) выделить сильнее, особенно между словами «tile» и «linoleum»? Возможно, вы предпочтете использовать квадратный маркер, чтобы повторить квадратную рамку. Повторите жирный шрифт в телефонном номере, набранном крупно, раз уж это реклама из телефонной книги.

Уберите рамку внутри внешнего обрамления. На оставшейся рамке сделайте углы прямыми, чтобы усилить эффект прямых углов внутренних табличек и сделать уголки четкими.

УБЕРИТЕ ПРОПИСНЫЕ БУКВЫ!!!

Пример, приведенный на следующей странице, демонстрирует лишь один из множества вариантов оформления!

Ancient City

Tile and Interiors

Santa Ana's Interior Headquarters

Contractors' prices to the public
Installation available

Tile and Linoleum

Talavera

Saltillo

Monterrey

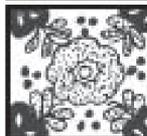
Dallas Ceramics

Aztec

Midstate

Quality marble

Large selection of tiles
on display



Проведите линии
между всеми
выровненными
краями.

982-7219

1776 Cupertino Road
(across from high school, next to Easy Print)



Monday-Friday 8:30-5
Saturday 9 A.M. to noon

Тест №3 (с. 141)

Старый стиль:	As I remember, Adam	Рубленный шрифт:	It's your attitude
Современный стиль:	High Society	Рукописный шрифт:	Too Sassy for Words
Брусковый шрифт:	The enigma continues	Декоративный шрифт:	At the Rodeo

Тест №4 (с. 142)

Giggle:	B
Jiggle:	C
Diggle:	A
Piggle:	A
Higgle:	C
Wiggle:	B

Тест №5 (с. 143)

Diggle:	C
Riggle:	A
Figgle:	B
Biggle:	D
Miggle:	D
Tiggle:	A

Тест №6 (с. 174)

- Fancy Perfume: **Конфликт.** Здесь слишком много совпадений: оба шрифта набраны прописными буквами; оба примерно одного кегля; оба из типа «фру-фру» (такой замысловатый стиль); они похожи по толщине штриха.
- Dogfood: **Контраст.** Есть сильный контраст размеров, цвета, формы (прописные – строчные буквы и прямой – курсивный шрифт), толщины и структуры (хотя ни один из шрифтов не имеет контрастного перехода от тонкой линии к толстой, эти два шрифта выстроены из разного материала).
- My Mother: **Конфликт.** Несмотря на то что здесь присутствует контраст форм между прописными и строчными буквами, есть слишком много совпадений, которые конфликтуют между собой. Оба шрифта имеют одинаковый размер, очень схожую толщину, одинаковую структуру и прямое начертание. Вот это-то и коробит.
- Funny Farm: **Конфликт.** Здесь виден потенциал для развития, но все намеченные различия необходимо усилить. Присутствует контраст форм между прописными и строчными буквами, а также между разреженным шрифтом и шрифтом нормальной плотности. Есть и едва заметный контраст структуры, поскольку один из шрифтов имеет слабый переход от толстой линии к тонкой, а другой отличается однородным, разреженным характером букв. Ну как, видите самый главный недостаток? (Подумайте минуту.) Где здесь смысловой центр? Слова «Health Insurance» очень стараются быть центром за счет своего крупного кегля, но в них использован слишком тонкий шрифт. Слова «Funny Farm» пытаются быть центром, даже несмотря на мелкий кегль, которым они набраны, – за счет жирных прописных букв. Вам нужно решить, кто будет командовать парадом, и выделить только один элемент: либо «Funny Farm», либо «Health Insurance».
- Let's Dance: **Контраст.** Даже несмотря на то, что шрифты имеют совершенно одинаковый размер и принадлежат к одной группе (Formats), выражены и другие контрасты: толщина, форма (прописные – строчные буквы и прямой – курсивный шрифт), структура (контраст толщины штриха), цвет (хотя оба слова – черные, толщина слова «dance» более насыщена).

Тест №7 (с. 175)

- Неверно.** Два рукописных шрифта будут конфликтовать друг с другом, поскольку они обычно имеют одинаковую форму.
- Неверно.** Шрифты одной группы, как правило, имеют одинаковую структуру.
- Неверно.** Они будут давать друг другу отпор. Решите, что важнее всего, и выделите этот элемент текста.
- Неверно.** Большинство рукописных и курсивных шрифтов имеет одинаковую форму – наклонную и плавящую.
- Верно.** Вы мгновенно получите сильный контраст структуры и цвета.
- Верно.** Вы мгновенно получите контраст структуры и цвета.
- Неверно.** Два замысловатых шрифта обычно конфликтуют, поскольку декоративные черты обоих сражаются за внимание читателя.
- Неверно.** Как правило, цель набора текста – установление общения с читателем. Никогда не забывайте этого.
- Верно.**
- Верно.** Вы можете нарушать правила, только если знаете, в чем они заключаются. Если вы можете доказать, что выиграете, вперед!

Ресурсы

Ресурсов по всем аспектам дизайна и типографики – книг, журналов и сайтов – очень много. На следующих двух страницах перечислены лишь те, которые мне знакомы и нравятся, из чего еще не следует, что остальные настолько уж плохи!

Журналы

Если вам нравится получать журналы по почте, чтобы иметь возможность держать информацию в своих руках, считайте, что вам повезло. Каждый из этих журналов великолепен, как великолепно и принадлежащие им веб-сайты.

BEFORE & After: How to design cool stuff

www.BA magazine.com

Это **лучший** журнал для начинающих дизайнеров. Его без всяких оговорок его можно назвать отличным.

HOW

www.HOWdesign.com

Посвящен более сложным вопросам дизайна; ориентирован на методики.

Print

www.PrintMag.com

Также адресован действующим дизайнерам; посвящен, в основном, технологиям.

Mac Design

www.MacDesignOnline.com

Посвящен дизайну на Macintosh, содержит массу советов по работе с различными приложениями.

Communication Arts

www.commArts.com/CA

Представляет собой своеобразную выставку для лучших дизайнеров со всего мира.

Сайты

Всемирная паутина содержит массу интересного для честолюбивых дизайнеров. На пространстве между двумя сайтами, указанными ниже, отыщется все, для них необходимое.

GraphicDesign.about.com

Этот сайт принадлежит Джуди Лит (Judy Litt) и содержит огромное количество лучших ссылок на статьи, советы по дизайну для полиграфии и Интернета, клипарту, фотографии, бесплатным шрифтам, обучению, поискам работы, руководствам по дизайнерскому программному обеспечению и т. п.

VirtualLastChapter.com/

На этом сайте демонстрируются «живые страницы» сайтов, фигурирующих в книге *Web Design Workshop*. Пройдите по ссылке Resource Links, и вы найдете коллекции шрифтов, клипарты и многое другое.

Дизайн

Не стану занимать место длинным списком литературы, а приведу вместо этого ссылку на сайт клуба *Graphic Design Book*. Здесь можно найти любую книгу по дизайну: как самую современную, так и классическую.

www.GraphicDesignBookClub.com

Robin Williams Design Workshop

Робин Вильямс (Robin Williams) и Джон Толлет (John Tollett), Peachpit Press
Прочитав «Дизайн для НЕдизайнеров», можете, если еще не удовлетворите жажду чтения, перейти к этой.

Editing by Design

Ян В. Уайт (Jan V. White) и агентство R. R. Bowker Company
Этот классический труд необходимо иметь в своей дизайнерской библиотеке. В ней содержится совершенно изумительная теория, снабженная отличными примерами.

Типографика

Design with Type

Карл Дейр (Carl Dair), University of Toronto Press
Превосходная классическая книга по типографике, в которой особенно глубоко раскрыты вопросы шрифтового контраста.

Stop Stealing Sheep & find out how type works, second edition

Erik Spiekermann & E.M. Ginger, Adobe Press
Еще одна отличная и очень современная книга по типографике.

The Mac is not a typewriter, second edition; or The PC is not a typewriter

Robin Williams, Peachpit Press
Книга для начинающих, стремящихся овладеть тайнами профессиональной типографики.

The Non-Designer's Type Book¹

Робин Вильямс (Robin Williams), Peachpit Press
Более углубленное изложение понятий типографики, по сравнению с книгой *Mac/PC is not a typewriter*. Книга адресована дизайнерам, работающим как на Mac, так и на PC.

Концептуальные книги

How to Get Ideas

Jack Foster; illustrations by Larry Corby. Berrett-Koehler Publishers.
Эту книгу я обожаю.

¹ Р. Уильямс. Недизайнерская книга о шрифтах. ИД «Весь», 2003 г.

Шрифты в этой книге

В этой книге я использовала более 200 шрифтов, или гарнитур. Теперь вы знаете, что если кто-то (особенно поставщик) говорит о «некотором количестве шрифтов», он подразумевает не только разные шрифты, но и их варианты: обычное начертание – это один шрифт, курсив – второй, полужирное начертание – третий, и т. д. Поскольку вы не профессиональные дизайнеры, я посчитала необходимым перечислить названия всех шрифтов, использованных в книге. Однако я думаю, что очень важно научиться распознавать шрифт по его внешнему виду – благодаря этому умению вы сможете с легкостью работать с любыми шрифтами. Я расположила шрифты согласно классификации, данной в главе 9. Удачи!

Основные шрифты

Основной текст	Warnock Pro Light, 9,5/11,4 (что означает кегль 9,5 пт с интерлиньяжем 11,4 пт)
Названия глав	Warnock Pro Bold Display, 55/55
Мелкий шрифт	Warnock Pro Light (в большинстве случаев)
Заголовки разделов	Myriad Pro Black
Номера глав	Antique Olive Nord, 200/200, 15% черного
Выноски	FloraC Regular, 8/9,5

Современный стиль

Bodoni, *Italic*, Poster, Poster Compressed

Fenice (ITC) Light, Regular, **Bold**, **Ultra**

Madrone

Nofret Light, *Light Italic*, Regular, **Medium**,
Medium Italic, **Bold**, **Bold Italic**

Opux Roman

Walbaum Roman

Старый стиль

Bookman

Bernhard Modern

Cochin, *Italic*, **Bold**,
Bold Italic

Garamond Light, Book,
Bold, **Ultra**

Goudy, *Italic*

Minion Display

(created specifically for large type)

New Baskerville

Palatino

Photina Regular, *Italic*

Times Europa Roman,
Italic

Times New Roman

Warnock Pro Light,
Light Italic, **Bold**,
Bold Italic,

Caption

(specifically for small type)

Display

(specifically for large type)

Брусковые

Aachen Bold

American Typewriter,
Bold

Blackoak

Clarendon Light,
Plain, **Bold**

Memphis Light,
Medium, **Bold**,
Extra Bold

New Century
Schoolbook



Это буква «W» шрифта Warnock Pro Regular с серой тенью, повторяющей контуры основного начертания. Четко видна разница в толщине штрихов.

Примечание

Шрифты OpenType:

При выборе кегля для чтения (очень крупный, очень мелкий или средний) необходимо учитывать начертание букв того или иного шрифта. При очень мелком размере буквы должны быть более тяжелыми и четкими, при очень крупном – достаточно светлыми или с ярко выраженными переходами. Но матрица большинства компьютерных шрифтов рассчитана на размер 12 пунктов, и при изменении кегля они просто увеличиваются или уменьшаются. Однако, например, шрифт Warnock Pro принадлежит к группе шрифтов, которые специально разработаны для экстремального изменения кегля. Вы можете убедиться (см. список выше), что шрифт Caption выглядит немного тяжеловато при размере в 14 пунктов, однако при размере 8 пунктов формы его идеальны. Шрифт Display, наоборот, смотрится бедновато при размере в 14 пунктов, но очень изящен после увеличения. В данном шрифте поддерживается функция двойного начертания цифр в старом стиле и новом табличном наборе, а также имеются некоторые другие возможности. Warnock Pro – шрифт OpenType, это значит, что, если программное обеспечение компьютера позволяет, число символов в нем может достигать 16 тыс. Кроме того, такой шрифт может использоваться как на Mac, так и на PC.

Рубленные

Antique Olive Roman,
**Bold Condensed, Black,
Nord**

Avant Garde XLight

Eurostile
Extended Two,
**Bold Extended
Two**

Folio Light, **Medium, Bold
Condensed**

Formata Light, Regular,
**Medium, Medium
Italic, Bold, Bold
Italic**

Franklin Gothic Book,
**No. 2, Heavy,
Condensed**

Futura Book, Medium
Condensed

Helvetica, **Bold**

Imago Extra Bold

Optima Plain, *Oblique*,
Bold

Syntax Black, Bold

Trade Gothic Light, **Bold**,
Bold Condensed No. 20

Universe 39 Thin Ultra Condensed, **65 Bold**,
**75 Black, 85 Extra
Black**

Рукописные

Arid

BANCO

Carpenter (24 point)

Cascade Script

Charme

Emily Austin (24 point)

Freemouse

Flora Regular, **Bold**

Legacy

Lamar Pen

Linoscript (20 point)

Post Antiqua Roman

Reporter Two

Shelley Volante

Spring Light, Regular

Tekton Regular, *Oblique*,
Bold

Wendy (24 point)

Zapf Chancery

Декоративные

Doghouse
Escaldio Gothico
FAJITA MILD
GLASGOW
Hollyweird
**Improv Regular,
Inline**
Industria Solid
Jiggery Pokery
Juice
JUNIPER
LITHOS LIGHT,
BOLD
Party
Pious Henry
Potzrebie
Regular Joe
SCARLETT
Scriptease
Spumoni
Weeha
Whimsy Heavy
Whimsy Baroque

Символьные



Birds



MiniPics Lil Folks



MiniPics Head Buddies



Primitives



Type Embellishments One



Type Embellishments Two



Woodtype Ornaments



Zapf Dingbats

Алфавитный указатель

Б

Белое пространство

- замкнутое 26
- организация 19
- побочный продукт упорядочения 32

Бланк, фирменный

- вторая страница 98
- особенности дизайна 98

Буклет

- в три сложения 107
- выравнивание 110
- главный маркетинговый инструмент 107
- дизайн, неудачный 108
- кегель шрифта 108
- контраст 110
- назначение 107
- особенности дизайна 107
- повтор 110
- приближенность 110
- сгибы 107

Бюллетень, информационный

- дизайн, неудачный 104
- особенности дизайна 103
- отступы, абзацные 106
- пример заголовка 20
- удобочитаемость текста 106
- шапка 103, 104
- шрифты, контрастные 104

В

Веб-сайт

- выбор шрифта 122
- дизайн, неудачный 120
- длина строки 122
- доходчивость 122
- особенности дизайна 119
- повтор 119, 122
- размер страницы 121
- удобочитаемость 122

Веб-страницы 30

Взгляд, направление

- примеры 18, 19

Визитная карточка

- дизайн, неудачный 92
- кегель шрифта 94
- размер, стандартный 91
- размещение элементов 93
- хитрости дизайна 94

Выключка. см. Выравнивание

Выравнивание

- базовых линий 42
- визуальное связывание 50
- нарушение, намеренное 110
- основные принципы 83
- по базовой линии 45
- по левому краю 36
- по правому краю 34, 35
- по центру 35
 - варианты 39
 - эффект 38
- по ширине строки 40
- сочетание 68
- сравнение 37, 40
- точка входа 54
- точка выхода 54

Д

Дерево Иисуса (юкка), Joshua tree 13

Документ

- многостраничный 54
- обормленный в едином стиле 64

Е

Единство стиля 61

К

Конверт

- вторая страница 98
- дизайн, неудачный 96
- особенности дизайна 96
- размер, стандартный 98

Контраст

- основные принципы 85
- пространственных взаимосвязей 69

- усиление
 - горизонтальным вектором 71
 - кеглем 74
 - повторяющимися элементами 76
 - размером 78
 - толщиной линеек 70
 - фокус 72
 - цветом 70, 76, 78

Конфликт

- как его избежать 65
- примеры 72, 128
- принципы, основные 125

М**Макет**

- асимметрия 81
- симметрия, центральная 81

О**Открытка**

- дизайн, неудачный 112
- краткость 111
- нестандартный размер 113
- преимущества контраста 115
- работа с цветом 111
- серия 111
- способ привлечь внимание 111

П**Повтор, основные принципы 84****Принцип дизайна**

- CRAP 15
- выравнивание 15, 33
- контраст 15, 65
- повтор 15, 51
- приближенность 15, 17

Р**Рамки, использование, осторожное 100****Реклама, газетная**

- выбор шрифта 118
- дизайн, неудачный 116
- контраст 118
- особенности дизайна 115
- печать вывороткой 118
- принципы дизайна 117
- роль цвета 115
- свободное пространство 115, 117

Т**Текст, размер 22, 29****У****Углы**

- нежелательное размещение 92
- фрагменты текста 100

Ф**Флаер**

- дизайн, неудачный 100
- особенности дизайна 100, 102

Ш**Шпация, круглая 45****Шрифт**

- брусковый 136
- взаимодействие, динамическое 125
- выровненный влево 45
- гармония 125
 - примеры 126
- гарнитура
 - легковесная 164
 - правила сочетания 145
- декоративный 140
- жирный 150
- из 70-х 92
- кегель 22, 146
- контраст 125, 146
 - комбинирование типов 172
 - направлений 162
 - насыщенности 150
 - обозначение иерархии 152
 - по кеглю 146
 - по структуре 154
 - правила использования 145
 - примеры 130
 - формы 158
 - цвета 166
- курсив 160
- направление 162
 - базовые принципы 162
 - примеры 162
- обычный 150
- палитра 77
- полужирный 150
- пропорциональный 45
- прямое начертание 160
- рубленный 137
- рукописный 139
- сверхжирный 150
- сверхтонкий 150
- символы, правила использования 149
- современный 135
- старый стиль 134
- структура, основные принципы 154
- тонкий 150
- форма, противопоставление 158
- цвет 166
 - черно-белый вариант 167

По договору между издательством «Символ-Плюс» и Интернет-магазином «Books.Ru – Книги России» единственный легальный способ получения данного файла с книгой ISBN 978-5-93286-116-5, название «Дизайн для НЕдизайнеров» – покупка в Интернет-магазине «Books.Ru – Книги России». Если Вы получили данный файл каким-либо другим образом, Вы нарушили международное законодательство и законодательство Российской Федерации об охране авторского права. Вам необходимо удалить данный файл, а также сообщить издательству «Символ-Плюс» (piracy@symbol.ru), где именно Вы получили данный файл.