

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

## **ТИПОГРАФІКА**

**Методичні рекомендації  
до виконання самостійної роботи  
здобувачів вищої освіти спеціальності  
186 "Видавництво та поліграфія"  
освітньої програми "Технології електронних  
мультимедійних видань"  
першого (бакалаврського) рівня**

**Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2025**

УДК 655.24(072.034)

T43

**Укладач** О. Б. Бережна

Затверджено на засіданні кафедри мультимедійних систем і технологій.  
Протокол № 8 від 17.12.2024 р.

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

**Типографіка** [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до виконання самостійної роботи здобувачів вищої освіти спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" освітньої програми "Технології електронних мультимедійних видань" першого (бакалаврського) рівня / уклад. О. Б. Бережна. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2025. – 36 с.

Подано основні положення щодо організації та виконання самостійної роботи з навчальної дисципліни, план-графік і програму виконання самостійної роботи, детальний опис завдань для самостійної роботи та перелік потрібної для виконання завдань літератури.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" освітньої програми "Технології електронних мультимедійних видань" першого (бакалаврського) рівня.

**УДК 655.24(072.034)**

© Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця, 2025

## Вступ

Навчальна дисципліна "Типографіка" належить до групи обов'язкових дисциплін і забезпечує підготовку здобувачів вищої освіти до майбутньої професійної діяльності в умовах сучасного розвитку поліграфії та мультимедіа. Подальший розвиток та застосування ідеї цієї навчальної дисципліни набувають у дисциплінах "Додрукарське опрацювання інформації", "Видавнича справа і технічне редагування" тощо.

**Метою** вивчення навчальної дисципліни є надання здобувачам вищої освіти сучасних теоретичних знань стосовно загальних особливостей роботи зі шрифтами, а також формування в них відповідних компетентностей щодо створення макетів друкованих і мультимедійних видань, що забезпечують легке читання та сприйняття тексту.

**Завданнями** навчальної дисципліни "Типографіка" є:

обґрунтований вибір шрифтів, їхніх параметрів, шрифтових пар;

розроблення макетів поліграфічних та мультимедійних видань;

вибір програмних середовищ авторської розробки поліграфічних і мультимедійних видань;

формування системи знань, умінь і навичок, потрібних для найбільш адекватного передавання змісту видання через його оформлення;

оволодіння навичками із продуманого візуального облаштування електронного або друкованого видання, що забезпечує легкість для читання та сприйняття тексту;

оволодіння навичками із застосування сучасного програмного забезпечення та шрифтових сервісів.

**Об'єктом** навчальної дисципліни є сучасні технології опрацювання текстової та графічної інформації.

**Предметом** навчальної дисципліни є шрифтовий дизайн та оформлення поліграфічних і мультимедійних видань.

Потреба в набутті розгорнутих знань із навчальної дисципліни "Типографіка" для успішного виконання подальшої професійної діяльності й обмеженість навчального (зокрема, аудиторного) навантаження здобувачів вищої освіти спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" зумовлює доповнювальний характер їхньої позааудиторної самостійної роботи в межах цієї навчальної дисципліни.

Виконання завдань для позааудиторної самостійної роботи має забезпечувати набуття здобувачами вищої освіти нових компетентностей

у межах тієї тематики, що розглядають на лекційних і лабораторних заняттях.

Отже, **основною метою позааудиторної самостійної роботи** з навчальної дисципліни "Типографіка" є надання можливості розширення компетентностей здобувачам вищої освіти спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія".

З огляду на зазначений характер і специфіку позааудиторної самостійної роботи (виду діяльності, що формує нові знання в здобувача вищої освіти без безпосередньої участі викладача), ці методичні рекомендації містять програму самостійної роботи з навчальної дисципліни "Типографіка" і дозволяють здобувачу вищої освіти дістати узагальнене уявлення про зміст самостійної роботи та запланувати її виконання, відповідно до методичних вимог.

Крім того, опис кожного із завдань для самостійної роботи, викладених у цих методичних рекомендаціях, передбачає вивчення основних питань теоретичного матеріалу, відповідно до тематики самостійної роботи; оформлення звіту про виконання завдання для самостійної роботи; здавання викладачеві виконаного завдання для самостійної роботи та відповіді на контрольні запитання.

Виконання завдань для самостійної роботи будуть оцінювати за такими критеріями:

- повнота урахування вимог до виконання завдання;

- логічність викладеного матеріалу;

- наявність і повнота розгляду ключових понять предметної галузі та завдання;

- наявність та обґрунтованість підсумкових висновків здобувача вищої освіти;

- надання рекомендацій щодо вдосконалення розглянутих прикладів.

Для зручності здобувачів вищої освіти та надання додаткових пояснень за тематикою самостійної роботи передбачено два способи подання виконаного завдання на перевірку викладача. По-перше, зазначені матеріали може бути передані викладачеві безпосередньо в друкованому вигляді. По-друге, зазначені матеріали може бути передано викладачеві опосередковано – за допомогою електронної пошти.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, наведено в табл. 1.

**Результати навчання та компетентності,  
які формує навчальна дисципліна**

| Результати навчання | Компетентності, якими має оволодіти здобувач вищої освіти |
|---------------------|-----------------------------------------------------------|
| ПР04                | ЗК7                                                       |
| ПР05                | ЗК7                                                       |
| ПР09                | СК5, СК14                                                 |
| ПР17                | ЗК7, СК5, СК14                                            |
| ПР19                | СК5, СК14                                                 |
| ПР22                | СК14                                                      |

*Примітка.*

ПР04. Організовувати свою діяльність для роботи автономно та в команді.

ПР05. Застосовувати ефективні форми професійної та міжособистісної комунікації в колективі для виконання завдань у професійній діяльності.

ПР09. Опрацьовувати текстову, графічну та мультимедійну інформацію з використанням сучасних інформаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПР17. Розробити дизайн друкованих та електронних видань.

ПР19. Верстати друковані та електронні видання.

ПР22. Створювати графічний фірмовий стиль.

ЗК7. Здатність працювати автономно.

СК5. Здатність проектувати структуру, конструкцію та дизайн друкованих і електронних видань, паковань, мультимедійних інформаційних продуктів та інших видів виробів видавництва та поліграфії, використовуючи сучасне програмне та апаратне забезпечення, з урахуванням вимог до результату, наявних ресурсів та обмежень.

СК14. Здатність здійснювати шрифтове оформлення макетів друкованих та електронних видань, що забезпечує легкість читання та сприйняття тексту і адекватну передачу змісту видань через їх оформлення, керувати шрифтами; раціонально вибирати та використовувати сучасне програмне забезпечення для роботи зі шрифтами та текстовою інформацією.

У табл. 2 наведено програму самостійної роботи здобувачів вищої освіти.

## Програма самостійної роботи

| Назви тем                                                                         | Зміст самостійної роботи                                                                                                    | Форми контролю                        | Рекомендована література | Тиждень виконання завдання |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1                                                                                 | 2                                                                                                                           | 3                                     | 4                        | 5                          |
| <b>Змістовий модуль 1</b><br><b>Основи використання шрифтів</b>                   |                                                                                                                             |                                       |                          |                            |
| <b>Тема 1.</b><br>Поняття про типографіку.<br>Сфери її використання               | Вплив типографіки на сприйняття інформації та читабельність текстів у різних медіа. Приклади                                | Перевірка звіту; усне мікроопитування | 1; 8; 9; 13              | 1 – 2                      |
| <b>Тема 2.</b><br>Анатомія букв.<br>Класифікації шрифтів.<br>Основна термінологія | Які основні відмінності між сучасними та класичними шрифтами і як це впливає на їхнє використання в дизайні                 | Перевірка звіту; усне мікроопитування | 2; 4; 6; 8               | 3 – 4                      |
| <b>Тема 3.</b><br>Шрифтові формати                                                | Як вибрати правильний шрифтовий формат для конкретного проекту і забезпечити сумісність із різними програмами та пристроями | Перевірка звіту; усне мікроопитування | 1; 9                     | 5 – 6                      |
| <b>Тема 4.</b><br>Оцінка якості шрифтів                                           | Інструменти та методики, які використовують для тестування і оцінювання читабельності шрифтів                               | Перевірка звіту; усне мікроопитування | 1; 6; 9                  | 7 – 8                      |
| <b>Змістовий модуль 2</b><br><b>Типографіка друкованих та електронних видань</b>  |                                                                                                                             |                                       |                          |                            |
| <b>Тема 5.</b><br>Основи використання шрифту.<br>Типографіка друкованих видань    | Які нові тенденції та технології впливають на типографіку друкованих видань в епоху цифрових медіа                          | Перевірка звіту; усне мікроопитування | 1; 4; 6; 9; 11; 13       | 9 – 10                     |

| 1                                                                                            | 2                                                                                                                                            | 3                                                | 4             | 5       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------|---------|
| <b>Тема 6.</b><br>Типографіка<br>вебу                                                        | Які тенденції<br>в типографіці вебдизайну<br>зараз є актуальними<br>і як вони впливають<br>на сприйняття<br>та функціональність<br>вебсайтів | Перевірка<br>звіту; усне<br>мікроопи-<br>тування | 2; 8; 10 – 12 | 11 – 12 |
| <b>Тема 7.</b><br>Особливості<br>комп'ютерних<br>шрифтів.<br>Управління<br>шрифтами<br>на ПК | Основні проблеми,<br>пов'язані з управлінням<br>шрифтами на ПК і засоби<br>їхнього розв'язання                                               | Перевірка<br>звіту; усне<br>мікроопи-<br>тування | 5; 7          | 13 – 14 |
| <b>Тема 8.</b><br>Створення<br>власних<br>шрифтів.<br>Авторське<br>право<br>на шрифти        | Які можливості<br>та обмеження<br>є для монетизації<br>власних шрифтів,<br>зважаючи на їхній продаж<br>та ліцензування<br>третім особам      | Перевірка<br>звіту; усне<br>мікроопи-<br>тування | 1; 3; 7       | 15 – 17 |

# Завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та методичні рекомендації до їхнього виконання

## Змістовий модуль 1 Основи використання шрифтів

### Завдання 1. Аналіз впливу типографіки на сприйняття інформації та читабельність текстів у різних медіа

**Мета** – ознайомитися з основами впливу типографіки на сприйняття інформації та читабельність текстів у різних медіа; проаналізувати приклади використання шрифтів у друкованих і цифрових форматах; розвинути вміння критично оцінювати типографічні рішення, залежно від цільової аудиторії та медіаканалу.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 1 "Поняття про типографіку. Сфери її використання".

Типографіка є одним із ключових елементів дизайну в друкованих та цифрових медіа. Вона безпосередньо впливає на сприйняття інформації, емоційне залучення читача, а також рівень комфортності читання. Правильний вибір шрифту, його розмір, інтервали між символами й рядками можуть або поліпшити читабельність тексту, або зробити його складним для сприйняття.

До основних **факторів впливу** типографіки на читабельність належить, по-перше, вибір шрифтової гарнітури.

*Шрифти із зарубками (Serif)* традиційно використовують у друкованих виданнях (газети, книги), оскільки вони допомагають очам легше рухатися по тексту. Приклад: шрифти Times New Roman, Garamond.

*Шрифти без зарубок (Sans-serif)* – широко застосовують у цифрових медіа, оскільки вони мають більш чіткий вигляд на екранах. Приклад: Arial, Helvetica, Roboto.

Друкований текст у шрифтах із зарубками легше сприймати для довгого читання, тоді як шрифти без зарубок краще підходять для вебсторінок і мобільних застосунків, де використовують набагато менше текстового контенту.



Важливим фактором є *розмір шрифту* (кегель). Малий розмір кеглю, менший за 12 pt, ускладнює читання, особливо на мобільних пристроях. Середній розмір від 14 до 18 pt є оптимальним для більшості текстів у вебдизайні та мобільних застосунках. Шрифти великого розміру, більші за 24 pt, зазвичай використовують для заголовків і важливих повідомлень, привертаючи увагу. Дослідження UX-дизайнерів Google показали, що оптимальний розмір тексту для мобільних пристроїв становить 16 px, тоді як для десктопних додатків він може бути приблизно 14 px.

Розгляньмо вплив *міжрядкового інтервалу* (інтерліньяжу). Занадто малий міжрядковий інтервал, менший за 120 % висоти шрифту, акцентує увагу на тексті, але робить його складним для читання. Від'ємний інтерліньяж застосовують, якщо відстань між рядками тексту (інтерліньяж) є меншою за висоту самих рядків. Іноді ця відстань навіть стає від'ємною, тоді рядки накладаються один на одного. Цей художній прийом застосовують, наприклад, у логотипах.

Занадто великий інтерліньяж, який перебільшує 180 % від висоти шрифту, може розривати змістову цілісність тексту, окремі рядки не складаються в речення. Оптимальним для друкованих видань вважають коефіцієнт 1,2 (його встановлюють за замовчуванням у програмах верстання), для електронних видань коефіцієнт 1,4 – 1,6. Наприклад, на вебсайті Medium використовують збільшений міжрядковий інтервал, що підвищує зручність читання статей.

*Контрастність і кольорова гама кольору шрифту і кольору фону* також можуть сприяти читабельності чи погіршувати її. Високий контраст (чорний текст на білому фоні), як у друкованих виданнях, вважають найбільш комфортним для читання. Низький контраст, наприклад сірий текст на білому фоні, може знижувати читабельність. Для акцентів можна використовувати кольоровий текст, але його не рекомендують вибирати основним для вебсайтів. Наприклад, Apple використовує темно-сірий текст (#333333) замість чисто чорного, щоб знизити напруження очей під час читання.

Важливим параметром є *довжина рядка*. Занадто довгі рядки, більші за 80 символів, ускладнюють перехід з одного рядка на інший, читач може загубити місце читання. Натомість занадто короткі рядки, менші за 40 символів, і вузькі колонки тексту можуть створювати незручний рваний ритм читання.

Оптимальною довжиною рядка на вебсайті є 50 – 75 символів. Наприклад, на вебсайті BBC дотримуються правила 60 – 70 символів у рядку, що підвищує комфортність сприйняття новин.

Використовувані стилі оформлення залежать від видів видань.

**Друковані медіа (книги, газети, журнали)** зазвичай використовують шрифти із зарубками, оскільки вони забезпечують кращий перехід між літерами та рядками. Для них є важливою якість і колір паперу, а також якість друку, адже розмір шрифту не можна змінити після публікації. Наприклад, газета The New York Times використовує свій фірмовий шрифт Times New Roman, що робить статті легкими для читання в друкованому форматі.

У газетах та журналах текст зазвичай розподіляють на дві чи більше колонок для легшого сприйняття тексту.

На **вебсайтах та цифрових платформах** здебільшого використовують шрифти без зарубок, що забезпечує кращу читабельність на екранах пристроїв. Для поліпшення сприйняття і комфорту читання оптимізують контрастність кольорів, розмір шрифту, міжрядковий інтервал. Крім того, використовують гнучкий адаптивний дизайн, що підлаштовується під різні пристрої. Наприклад, Google Material Design рекомендує використовувати шрифтові гарнітури Roboto або Arial для вебдизайну через їхню універсальність і легкість сприйняття.

Для **мобільних застосунків** використовують динамічний розмір шрифту, який підлаштовується під екран користувача. Часто застосовують темні режими для зниження навантаження на очі. Наприклад, Instagram використовує шрифт Proxima Nova, який є мінімалістичним і добре читається на мобільних екранах.

Для текстового контенту, який розповсюджують через соціальні мережі, важливими є акцентні елементи (півжирне або курсивне накреслення) для виділення тексту. Для поліпшення сприйняття можна використовувати короткі рядки. Наприклад, Twitter обмежує кількість символів у твітах і використовує шрифт Helvetica Neue, що забезпечує гарну читабельність.

Типографіка відіграє ключову роль у сприйнятті інформації. Вона впливає на емоційне сприйняття тексту, комфорт читання і навіть рівень залученості користувача. У друкованих медіа більш комфортними вважають шрифти із зарубками, у веб- та мобільних застосунках – шрифти без зарубок.

Сформулюймо рекомендації щодо оптимальних рішень для читабельності тексту:

шрифти: Serif для друкування, Sans-serif для цифрових медіа;  
розмір шрифту: 14 – 18 pt для вебу, 16 px для мобільних пристроїв;  
міжрядковий інтервал: 1,4 – 1,6 від розміру шрифту;  
довжина рядка: 50 – 75 символів;  
контрастність: темно-сірий (#333333) текст на білому фоні.

### **Хід роботи**

1. Наведіть приклад успішного використання шрифтів (друкований та цифровий формат) і приклад неефективного або помилкового використання шрифтів (друкований та цифровий формат).

2. Опишіть кожен приклад за схемою:

назва видання/сайту/застосунку; скриншот; посилання (для веб-видань);

тип медіа (друковане/електронне);

вибраний стиль оформлення;

що вам подобається / не подобається з погляду сприйняття та функціональності оформлення;

на яку цільову аудиторію орієнтовано дизайн;

які рекомендації можна запропонувати для поліпшення.

3. Оформіть результат у вигляді короткої аналітичної таблиці та текстових висновків. Додайте ілюстрації (скриншоти або фото прикладів).

### **Запитання для самоперевірки**

1. Чим відрізняються вимоги до шрифтів у друкованих та цифрових медіа?

2. Як розмір шрифту (кегель) впливає на читабельність тексту?

3. Що таке "інтерліньяж" і чому його правильне налаштування важливе для сприйняття тексту?

4. Як контрастність між текстом і фоном впливає на зручність читання?

5. Назвіть три поширені помилки під час вибору шрифтів для цифрових медіа.

6. Який вплив має вибір шрифту на емоційне сприйняття бренду або проекту?

7. Якими критеріями варто застосовувати під час вибору шрифту для сайту з новинами або блогом?

## **Завдання 2. Виявлення відмінностей між сучасними та класичними шрифтами**

**Мета** самостійної роботи – ознайомитися з основними відмінностями між сучасними та класичними шрифтами, визначити їхні характерні риси, проаналізувати вплив стилістичних особливостей шрифтів на вибір типографічних рішень у дизайні друкованих і цифрових медіа.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 2 "Анатомія букв. Класифікації шрифтів. Основна термінологія".

До **характеристик шрифту** можна зарахувати такі:

накреслення – стиль шрифту (наприклад, курсив, звичайний, півжирний);

кегель – розмір шрифту в типографії (обчислюють у пунктах);

насиченість – товщина ліній шрифту (наприклад, тонкий шрифт, середній, жирний);

ширина – розтягнутість або ущільненість літер;

нахил – кут відхилення літер (наприклад, курсивне накреслення *Italic*);

стиснення – ступінь горизонтальної деформації шрифту;

контрастність (відмінність між товстими й тонкими частинами літери);

нейтральність – відсутність виявленого характеру в шрифті;

прозорість – здатність шрифту не відволікати від основного змісту.

До основних **складових літери** належать:

вертикальні та горизонтальні штрихи (ніжка, перекладина);

зарубки (у шрифтах *Serif*);

верхні та нижні виносні елементи.

Розгляньмо основні відмінності між сучасними та класичними шрифтами й особливості їхнього використання в дизайні.

Типографіка є основою будь-якого дизайну, і вибір шрифтів відіграє ключову роль у візуальному сприйнятті тексту. Шрифти можна розподілити на класичні (традиційні) та сучасні (новітні) залежно від їхнього стилю, призначення та історії розвитку.

*Класичні шрифти* асоціюються зі сталістю, елегантністю та традиціями, тоді як *сучасні шрифти* відображають інновації, експерименти

та динаміку. Вибір між цими двома групами залежить від цільової аудиторії, контексту застосування та естетичних вимог проекту.

У табл. 3 наведено відмінності класичних та сучасних шрифтів.

Таблиця 3

### Особливості класичних та сучасних шрифтів

| Критерії         | Класичні шрифти                                                         | Сучасні шрифти                                                          |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Походження       | Виникли в XVI – XIX ст., розвивалися разом із друкарськими технологіями | З'явилися у XX – XXI ст. з розвитком цифрового дизайну та вебтехнологій |
| Стиль            | Чіткі лінії, збалансовані пропорції, часто мають зарубки                | Варіативні, геометричні форми, можуть бути експериментальними           |
| Типові гарнітури | Times New Roman, Garamond, Bodoni, Baskerville                          | Montserrat, Open Sans, Roboto, Lato                                     |
| Читабельність    | Зручно читати в друкованих матеріалах, особливо у великих текстах       | Оптимізовані для екранів, мають гарний вигляд у цифрових медіа          |
| Форма літер      | Часто створюють на основі рукописного письма, мають органічні форми     | Мінімалістичні, іноді геометричні або футуристичні                      |
| Застосування     | Книги, газети, журнали, академічні роботи, офіційні документи           | Вебдизайн, мобільні застосунки, реклами, технологічні продукти          |

Класичні шрифти використовують тоді, якщо важливими є надійність, традиційність, формальність та довіра.

Вони створюють відчуття стабільності та є прийнятними для таких застосувань:

друкованих видань (книг, газет, журналів);

академічних та юридичних документів;

корпоративного брендингу, пов'язаного з банківською та юридичною сферою;

елегантного оформлення та пакування преміум-продуктів.

Наприклад, газета The New York Times використовує класичний шрифт із зарубками для заголовків, що підкреслює її авторитет та традиції.

Сучасні шрифти є прийнятими для проєктів, які орієнтовані на інновації, технології, динаміку та креативність. Їх широко використовують у таких застосуваннях:

- вебдизайн та мобільні застосунки;
- рекламні матеріали, плакати, соціальні мережі;
- айдентика стартапів, ІТ-компаній та технологічних брендів;
- інтерфейси користувача (UI/UX дизайн).

Наприклад, Google використовує Roboto як основний шрифт у своїх продуктах, оскільки його зручно читати на екранах будь-яких розмірів.

У дизайні часто використовують поєднання різних стилів шрифтів, що дозволяє створити контраст та зробити текст більш привабливим. Наприклад, можна поєднати класичний шрифт для заголовків і сучасний шрифт для основного тексту, або застосувати мінімалістичний сучасний шрифт у логотипі та традиційний шрифт у корпоративних документах. У дизайнерських портфоліо часто використовують шрифти без зарубок (наприклад, Montserrat або Lato) для сучасного вигляду, але для підписів або додаткових елементів можуть застосовувати класичні шрифти (Garamond, Baskerville).

Отже, можна зробити висновок, що класичні шрифти найкраще є прийнятними для формальних і традиційних проєктів, які потребують елегантності та довіри. Сучасні шрифти – це вибір для цифрового середовища, динамічних і сучасних брендів. Комбінування класичних та сучасних шрифтів дозволяє створювати гармонійний і функціональний дизайн. Під час вибору шрифту потрібно зважати на контекст використання, цільову аудиторію та середовище, у якому його будуть відображати (друк чи цифровий носій).

## Хід роботи

1. Виберіть один класичний шрифт (наприклад, Times New Roman, Garamond) і один сучасний (наприклад, Montserrat, Lato). Порівняйте їх за такими параметрами: форма літер; пропорції; читабельність; емоційне враження. Оформіть результати у вигляді таблиці або короткого есе.

2. Виберіть два бренди: один із класичним стилем (наприклад, Chanel), другий – із сучасним (наприклад, Spotify). Проаналізуйте, які шрифти вони використовують, як це впливає на імідж і сприйняття бренду.

3. Використовуючи онлайн-інструменти (наприклад, Google Fonts, Adobe Fonts), підберіть оптимальні шрифтові пари для певного корпоративного сайту й обґрунтуйте свій вибір.

### **Запитання для самоперевірки**

1. Що вважають класичними шрифтами в типографіці? Наведіть приклади.
2. Які характерні риси відрізняють класичні шрифти від сучасних?
3. Які особливості сучасних шрифтів роблять їх більш прийнятними для вебдизайну?
4. Чому класичні шрифти часто використовують для проєктів, пов'язаних із традиціями та історією?
5. Які переваги мають сучасні шрифти для мобільних застосунків і адаптивних сайтів?
6. Як вибір між класичним і сучасним шрифтом впливає на емоційне сприйняття бренду?

### **Завдання 3. Вибір шрифтового формату для конкретного проєкту**

**Мета** – ознайомитися з різними видами шрифтових форматів, їхніми особливостями та застосуванням, а також навчитися підбирати шрифтові пари для різних мультимедійних видань.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 3 "Шрифтові формати".

#### **Растрові, векторні та контурні шрифти**

*Растрові шрифти (Bitmap Fonts)* – це зображення символів у вигляді піксельних масивів. Їх не масштабують без втрати якості й використовують переважно в старих операційних системах або спеціальних цифрових пристроях.

*Векторні шрифти (Vector Fonts)* – їх побудовано за допомогою математичних кривих, що дозволяє змінювати їхній розмір без утрати якості.

*Контурні шрифти (Outline Fonts)* – різновид векторних шрифтів, що зберігаються у вигляді контурів, які заповнюють кольором або текстурою. До них належать TTF, OTF та інші популярні формати.

Під час вибору шрифтових пар важливо зважати на такі аспекти: контрастність – поєднання різних стилів (наприклад, шрифт із зарубками та без зарубок); збалансованість – обидва шрифти мусять мати гармонійний вигляд разом; читабельність – різні типи шрифтів слід використовувати відповідно до їхнього призначення (заголовки, основний текст, підписи тощо).

Приклади вдалих комбінацій шрифтів: Playfair Display + Roboto; Lora + Montserrat; Merriweather + Open Sans.

Під час вибору шрифтового формату для певного проекту потрібно зважати на призначення проєкту.

Для друкованих видань рекомендують застосовувати формати OTF і TTF через їхню високу якість відображення на папері. Шрифтовий файл OTF містить більше функціональних можливостей, як-от лігатури, альтернативні символи. Для вебдизайну зазвичай застосовують шрифтові формати WOFF та WOFF2, які забезпечують швидке завантаження та гарну оптимізацію. Для мобільних застосунків здебільшого використовують шрифтовий формат OTF, який забезпечує розширені можливості типографіки.

Розгляньмо сумісність різних шрифтових форматів із пристроями та програмами. Шрифтовий формат WOFF2 найкраще працює в сучасних браузерях, але старі версії можуть підтримувати лише формат WOFF або навіть EOT. Із погляду швидкості завантаження для вебпроєктів слід використовувати стиснені шрифтові формати (WOFF2), щоб зменшити затримання під час завантаження сайту. Формат TTF широко використовують у більшості операційних систем. Він забезпечує широке підтримання, але має обмежені функціональні можливості, порівняно з OTF. SVG-шрифти можуть бути корисними для анімації, але мають обмежене підтримання.

Основні критерії вибору шрифтового формату:

- тип платформи: друк чи веб;
- програми, у яких буде використано шрифт (Photoshop, Figma, браузери);
- оптимізація: вага файлу, швидкість завантаження;
- потрібна функціональність: наявність лігатур, підтримання нестандартних символів;
- браузерна та ОС-сумісність (важливо для сайтів).



### **Рекомендації до сумісності шрифтових форматів із різним ПЗ:**

для вебпроектів рекомендують вибирати WOFF / WOFF2, це файли невеликого розміру, які швидко завантажують;

для друкованих та офлайн-дизайнів рекомендують формат OTF через кращу якість і типографічні опції;

для універсального використання оптимальним вибором є формат TTF, який найкраще підтримують у системах і програмах.

У табл. 4 наведено особливості різних шрифтових форматів.

Таблиця 4

### **Особливості основних шрифтових форматів**

| Формати                   | Типи      | Особливості                                                                                                                                                    | Сумісність                                                                                        |
|---------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TTF                       | Контурний | Широко підтримують, простий у використанні. Підтримує високу якість рендерингу шрифту на екранах і папері                                                      | Поширений для загального друкування і офісної поліграфії.<br>Windows, macOS, Android              |
| OTF                       | Контурний | Підтримує розширені набори символів, лігатури, альтернативні накреслення                                                                                       | Найбільш універсальний формат для друкування та веб. Створений для сумісності між Windows і macOS |
| Type 1 (PostScript Fonts) | Контурний | Складається із двох файлів: для екрана (.pfm) і для друкування (.pfb). Зараз його поступово витісняє формат OTF                                                | Раніше стандарт для професійної поліграфії (особливо Adobe)                                       |
| WOFF / WOFF2              | Вебформат | Стиснені формати для швидкого завантаження сайтів.<br>Для друкованих матеріалів їх не використовують, бо вони є оптимізованими для інтернету (мають стиснення) | Формати переважно для веб, а не для друку. Усі сучасні браузері                                   |
| EOT                       | Вебформат | Старий формат для Internet Explorer                                                                                                                            | Лише IE                                                                                           |
| SVG Fonts                 | Векторний | Підтримує кольори й анімації, але підтримання є обмеженим                                                                                                      | Деякі браузері, мобільні пристрої                                                                 |

## Хід роботи

1. Виберіть два типи проєктів: вебсайт благодійної організації та друкований буклет для фестивалю. Наведіть скриншоти із прикладами відповідних проєктів.
2. Для кожного проєкту поясніть, який формат шрифту буде найбільш доречним (TTF, OTF, WOFF і т. д.). Обґрунтуйте свій вибір (тип платформи, потреба в лігатурах, ваговий обсяг).
3. Підберіть 1 – 2 конкретні шрифтові гарнітури для кожного проєкту.

## Запитання для самоперевірки

1. Які основні відмінності між шрифтовими форматами TTF, OTF і WOFF?
2. У яких випадках для мультимедійного проєкту краще використовувати формат OTF замість TTF?
3. Чому для вебпроєктів часто вибирають формат WOFF або WOFF2?
4. На які характеристики шрифту потрібно зважати під час вибору при виборі шрифтової пари для друкованого видання?
5. Як формат шрифту може вплинути на швидкість завантаження вебсайту?
6. Які помилки можуть виникнути під час використання невідповідного шрифтового формату в мультимедіа?

## Завдання 4. Тестування й оцінювання зручності читання шрифтів

**Мета** – ознайомитися з основними інструментами та методиками тестування й оцінювання читабельності шрифтів у різних медіа; навчитися аналізувати параметри шрифтів, що впливають на зручність читання, та застосовувати результати тестування для обґрунтованого вибору типографічних рішень у мультимедійних проєктах.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 4 "Оцінка якості шрифтів".

Оцінювання якості шрифтів – важлива частина роботи дизайнера, особливо в цифрових і мультимедійних проєктах. Далі подано короткий теоретичний блок та практичні критерії, які можна використовувати в навчанні, аналізі чи професійному застосуванні.

**Якість шрифту** – це комплекс технічних і естетичних характеристик, які забезпечують комфорт читання, візуальну гармонію, відповідність цільовому середовищу (веб, друк, мобільні застосунки), функціональність (набір символів, мови, варіації тощо).

Якісний шрифт – це не тільки естетична складова, а й технічна стабільність, універсальність і читабельність. Його оцінювання має бути системним та орієнтованим на завдання дизайну. Для визначення правильного шрифтового формату для конкретного проєкту, що забезпечить сумісність із різними програмами та пристроями, потрібно зважати на сферу застосування формату шрифтів.

Основні критерії оцінювання якості шрифтів наведено у табл. 5.

Таблиця 5

### Основні критерії якості шрифтів

| Критерії                | Описи                                                      | Запитання для аналізу                                                 |
|-------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Читабельність           | Наскільки легко читати шрифт у різних розмірах             | Чи видно дрібні елементи?<br>Чи легко читати довгі тексти?            |
| Технічна коректність    | Немає помилок, правильна робота в усіх системах            | Чи відкривається шрифт у Word, Photoshop, Figma?                      |
| Універсальність         | Кількість стилів (light, bold, italic), наявність символів | Чи є кирилиця, підтримання спецсимволів?                              |
| Типографічна гармонія   | Рівновага між лініями, баланс білого простору              | Чи має гармонійний вигляд у параграфах? Чи співвідносяться пропорції? |
| Сумісність із форматами | Чи є WOFF/OTF/TTF-версії                                   | Чи шрифт є прийнятним для веб і друкування?                           |
| Ліцензія                | Комерційна/вільна                                          | Чи можна використовувати в комерційних проєктах?                      |
| Художній стиль          | Відповідність настрою бренду                               | Чи відповідає темі (наприклад, техно, історія, мода)?                 |

Для вибору шрифтового формату для свого проекту слід проаналізувати відповіді на такі запитання:

1. Для чого призначено шрифт? Якщо для друкування, то потрібним є формат OTF/TTF. Для вебсайту вибирають WOFF/WOFF2. Для мобільного застосунку використовують TTF або WOFF2.

2. Чи потрібно підтримувати кирилицю та/або діакритичні знаки? Якщо так, то краще вибрати формат OTF, що має розширений набір символів.

3. Який рівень читабельності потрібен? Якщо передбачають довгі тексти, то рекомендують застосування простих шрифтових гарнітур із чітким кернінгом форматів TTF/OTF.

4. Яке ПЗ планують використовувати та чи сумісний певний шрифтовий формат із програмним забезпеченням? У разі використання застосунків Adobe, Figma, Word краще вибирати формати OTF/TTF. Якщо планують роботу з HTML/CSS, то через більш швидке завантаження і підтримання браузером можна порекомендувати формати WOFF/WOFF2.

Для забезпечення сумісності з різними платформами рекомендують використовувати шрифтові гарнітури, узяті зі шрифтових онлайн-сервісів Google Fonts або Adobe Fonts, які мають вебверсії і десктопні варіанти. Потрібно тестувати шрифт у різних середовищах: Word, Figma, Photoshop, браузер. Для адаптації до різних платформ рекомендують завжди зберігати кілька різних форматів шрифту (наприклад, WOFF2, TTF і SVG).

Отже, вибір правильного шрифтового формату має зважати на естетику, функціональність та технічну сумісність. Потрібно також завжди зважати на використовувану платформу, аудиторію та цілі проекту. Факторами успішної інтеграції шрифтової гарнітури є тестування шрифту в різних середовищах, адаптивність та зважання на умови ліцензії на використання шрифту.

Розгляньмо основні методи практичного оцінювання:

По-перше, застосовують тестування у відповідних програмних середовищах. Для цього можна вставити текст у Figma, Illustrator, Word або на вебсторінку та порівняти відображення, розмір, відступи.

По-друге, здійснюють порівняння вигляду шрифтів в одному макеті. Для цього створюють кілька однакових блоків тексту (заголовки + абзац) і в кожному змінюють тільки шрифт. Далі за допомогою опитування фокус-групи оцінюють, який варіант читати краще, який має більш професійний та доречний вигляд.

По-третє, можна використати спеціальні шрифтові сервіси, наприклад, Google Fonts – для перегляду, тестування, підбору шрифтових пар або FontPair.co для вибору шрифтових комбінацій.

Читабельність шрифту характеризують легкістю, із якою користувач може зчитати та зрозуміти текст. Вона залежить від форми та пропорцій букв, міжрядкового і міжлітерного інтервалу, контрасту кольорів шрифту та фону, формату й середовища відображення (екрана пристрою, паперу). Є різні методики оцінювання читабельності шрифтів:

1. Методика візуального спостереження, яку часто використовують дизайнери-практики. Виконують тестування для різних елементів тексту: заголовків, абзаців, підписів – перевіряють читабельність із різним рівнем освітлення, а також у мобільній і десктопній версії. Здійснюють порівняння читабельності застосування кількох шрифтів в одному макеті.

2. Тестування читабельності в реальному середовищі, що використовують зазвичай UX/UI-дизайнери і здійснюють додаванням шрифту в інтерфейс (наприклад, Figma, HTML/CSS або мобільний застосунок). Перевіряють, який вигляд має текст у розмірі 10 – 12 pt (параграф) та 24 – 32 pt (заголовок), і аналізують зручність сприйняття на різних пристроях (ПК, ноутбук, смартфон, планшет).

3. А/Б-тестування, що використовують зазвичай для проєктів, що розробляють для реклами та маркетингу. Створюють два чи більше варіантів одного й того самого інтерфейсу або сторінки з різними шрифтами, потім збирають відгуки користувачів через анкетування або вимірюють конверсію, час читання, залучення.

4. Методика "Сліпе тестування" (Blind reading test), яку застосовують у дослідженнях читацької спроможності, якщо група людей читає тексти, не знаючи, який саме шрифт використано. Опитуванням оцінюють швидкість читання, чи запам'ятався зміст, естетичні враження від форми літер. Наприклад, шрифтова гарнітура своїми незвичними контурами може відволікати увагу читачів від сутності повідомлення.

5. Тестування на різних мовах для мультимовних застосунків або вебсайтів, що здійснюють перевіркою, який вигляд має текст кирилицею, латиницею, із діакритиками. У деяких шрифтах варіант латиниці може бути більш читабельним, на відміну від кириличного варіанта.

У табл. 6 наведено огляд інструментів для перегляду, тестування та пошуку шрифтів.

### Інструменти для тестування шрифтів

| Інструменти                      | Описи                                                         | Посилання                                                 |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Google Fonts Preview             | Онлайн-перегляд тексту з різними шрифтами, стилями, розмірами | <a href="https://fonts.google.com">fonts.google.com</a>   |
| TypeScale                        | Попередній перегляд типографіки за шкалою (modular scale)     | <a href="https://type-scale.com">type-scale.com</a>       |
| FontPair                         | Підбір пар шрифтів із прикладами                              | <a href="https://fontpair.co">fontpair.co</a>             |
| Wakamai Fondue                   | Технічний аналіз шрифту (OpenType-функції, мови, варіанти)    | <a href="https://wakamaifondue.com">wakamaifondue.com</a> |
| WhatFont (розширення для Chrome) | Визначення шрифтових гарнітур на вебсайтах                    | Whatfont                                                  |
| WhatTheFont                      | Визначення шрифтових гарнітур на вебсайтах або за зображенням | whatthefont                                               |

### Хід роботи

1. Виберіть три шрифти із сервісу Google Fonts і створіть макет із текстом різних стилів (заголовки, підзаголовки, текст, підпис).
2. Оцініть кожен шрифт за такими критеріями: читабельність, пропорції, підтримання кирилиці, візуальна рівновага (візуально, можна в групі, за шкалою від 1 до 5).
3. Зробіть висновки, який шрифт є прийнятним для інтерфейсу веб-застосунку, а який – для друкованої книги, обґрунтуйте свою думку. Вибраний шрифт мають легко читати, підтримувати його всіма пристроями і передавати ним правильний емоційний настрій.

### Запитання для самоперевірки

1. Які основні параметри оцінюють під час тестування читабельності шрифтів?

2. Які популярні інструменти використовують для перевірки читабельності тексту в цифрових медіа?

3. Чим відрізняється суб'єктивне оцінювання читабельності від об'єктивного тестування?

4. Як впливають інтерліньяж і контрастність на результати оцінювання читабельності шрифту?

5. Які методи використовують для тестування шрифтів у різних пристроях і браузерах?

## **Змістовий модуль 2**

### **Типографіка друкованих та електронних видань**

#### **Завдання 5. Аналіз особливостей типографіки друкованих видань в епоху цифрових медіа**

**Мета** – ознайомитися з особливостями розвитку типографіки друкованих видань в умовах цифровізації медіапростору; дослідити зміни в підходах до дизайну шрифтів, верстання та оформлення текстових матеріалів під впливом нових технологій.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 5. "Основи використання шрифту. Типографіка друкованих видань".

Розгляньмо нові тренди й технології типографіки друкованих видань у цифрову епоху.

1. Випуск гібридних видань, які поєднують традиційну типографіку з QR-кодами, AR-контентом (доповнена реальність). Через сканування елементів сторінки відкривають відео, анімацію, звукові файли. Наприклад, сучасні друковані журнали з QR-кодами, що ведуть до відеоінтерв'ю.

2. Використання шрифтів нового покоління – variable fonts, які змінюють товщину, нахил, ширину в одному файлі. Раніше для цього треба було 5 – 6 шрифтових файлів, зараз достатньо одного.

3. Звичка читати з мобільних пристроїв змінила підхід до верстання: користувачі віддають перевагу коротким абзацам, чіткій ієрархії інформації та великим заголовкам. Ці принципи подавання тексту, сформовані у вебсередовищі, поступово переносять і в друковані видання, що виявляють у збільшенні білого простору, використанні контрастних заголовків та мінімалістичному оформленні.

4. У друкованих виданнях зростає використання унікальних шрифтів, створених спеціально для певного проекту, що підвищує впізнаваність і емоційний зв'язок із читачем. Наприклад, журнали моди або каталоги часто замовляють власну типографіку та фірмові шрифти.

5. Відновлення популярності ретро-шрифтів і каліграфії XX ст. (особливо періоду 60 – 90-х рр.) демонструє зростання інтересу до шрифтів із виразною фактурою та індивідуальністю, що стає своєрідною відповіддю на надмірну універсальність сучасного цифрового дизайну.

6. Завдяки цифровому рендерингу в друкуванні обкладинок, постерів та заголовків у журналах, виникають візуальні ефекти глибини, накладення, світлотіні, 3D та об'ємна типографіка.

7. Усе більше друкованих видань зважають на універсальний дизайн та мають типографіку з орієнтацією на доступність для людей із вадами зору, а саме: чіткі контури, достатній контраст, спеціальні шрифти (OpenDyslexic).

Типографіка в друкованих медіа сьогодні еволюціонує і впроваджує цифрові практики (гнучкість, мінімалізм, інтерактив); переосмислює естетику минулого (ретро, каліграфія); адаптується до нових читачів (візуальних, мобільних, інклюзивних).

## **Хід роботи**

1. Виберіть будь-яке доступне друковане видання останніх років (журнал, газету, буклет або каталог) і проаналізуйте типографіку видання за такими критеріями:

1.1. Який шрифт (або тип шрифту) використано для заголовків і основного тексту?

1.2. Чи є елементи мінімалізму, великі відступи, контраст заголовків?

1.3. Чи відчувається вплив цифрових трендів (наприклад, QR-коди, інтерактивні вказівки, скан-контент)?

1.4. Чи типографіка сприяє зручному читанню?

1.5. Чи відповідає стиль сучасним дизайнерським тенденціям?

2. Оцініть за 5-бальною шкалою типографіку видання і надайте обґрунтування. Поясніть, чи вважаєте це видання прикладом сучасного підходу до друкованої типографіки.

3. Запропонуйте ідеї для поліпшення типографіки видання, з огляду на цифрові впливи.



## Запитання для самоперевірки

1. Як вплинула цифровізація медіа на принципи верстання друкованих текстів?
2. Чому сучасні друковані видання активно використовують великі заголовки та короткі абзаци?
3. Які типографічні елементи з вебдизайну перейшли в друковану продукцію?
4. Як змінилося використання білого простору у верстанні друкованих видань у порівнянні з традиційними підходами?
5. На які особливості типографіки слід зважати під час створення друкованого журналу для молодшої цифрової аудиторії?

## Завдання 6. Аналіз типографіки вебдизайну

**Мета** – ознайомитися з актуальними тенденціями типографіки у вебдизайні, дослідити їхній вплив на сприйняття контенту та функціональність користувача вебсайтів.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 6 "Типографіка вебу".

Розгляньмо актуальні тенденції в типографіці вебдизайну.

1. Широке використання півжирних шрифтів великого кегля для заголовків і ключових повідомлень, що дозволяє швидко захоплювати увагу та чітко структурувати інформацію.

2. Використання змінних шрифтів (Variable Fonts), для яких в одному шрифтовому файлі можуть бути десятки варіантів товщини, нахилу, ширини. Це надає змогу плавної адаптації шрифту під різні екрани без втрати якості, забезпечує гнучкість у дизайні.

3. Мінімалізм у типографіці, простий дизайн із великою кількістю білого простору, однотипне шрифтове оформлення, використання обмеженого набору шрифтів (1 – 2 на весь вебсайт), поліпшують читабельність, знижують візуальну втому та впливають на швидкість сканування контенту.

4. Типографіка як основний візуальний елемент дозволяє в певних випадках повністю відмовитися від фото. Деякі вебсайти містять лише шрифт та фон без зображень, що створює естетику сучасності, додає сайту унікальності. Шрифт сам по собі може стати частиною дизайну: великі літери, вертикальний текст, цікаве верстання.

5. Анімація та інтерактивність тексту привертають увагу читачів і створюють динаміку. Проте анімацію тексту, рухливі заголовки та інтерактивні елементи, які реагують на наведення курсора, мають використовувати помірковано, щоб не ускладнити сприйняття сайту користувачем та зберегти комфортний UX.

6. Компанії створюють фірмові шрифти, які передають їхню ідентичність, підвищують упізнаваність бренда, формують імідж бренда через комунікації.

Стилістичний прийом використання вінтажної типографіки, ретро-шрифтів, змішування шрифтів serif та sans-serif викликає ностальгію в людей старшого покоління і виділяє сайт на фоні однотипних.

У табл. 7 описано вплив параметрів типографічного оформлення на функціональність і сприйняття вебсайтів.

Таблиця 7

### Вплив типографіки на сприйняття вебсайтів

| Параметри            | Вплив                                                                                              |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Читабельність        | Шрифт має бути адаптивним, зручним для швидкого сканування                                         |
| Ієрархія контенту    | Розмір, товщина, відступи допомагають користувачу орієнтуватися в контенті                         |
| Емоційне сприйняття  | Шрифт формує такий тон: серйозний, веселий, діловий, творчий тощо                                  |
| Взаємодія із брендом | Кастомна типографіка і фірмові шрифти можуть стати одним із провідних ідентифікаторів стилю        |
| Адаптивність         | Variable fonts та правильне верстання забезпечують зручність відображення тексту на всіх пристроях |

Актуальні тенденції у веб-дизайні спрямовано на поєднання естетичної складової з функціональністю і адаптивність електронних видань до відображення на нових пристроях.

### Хід роботи

1. Виберіть будь-який сучасний вебсайт із цікавою типографікою (наприклад, сайт бренда, онлайн-магазину, журналу, портфоліо дизайнера).

2. Проаналізуйте типографіку сайту за такими критеріями:
  - 2.1. Які шрифти використовують (назва, тип – serif/sans-serif)?
  - 2.2. Які розміри елементів різних стилів (заголовків, підзаголовків, основного тексту, підписів до рисунків тощо) та співвідношення між ними)?
  - 2.3. Чи використовують великі/напівжирні заголовки? Чи є анімації тексту?
  - 2.4. Чи відповідає стиль шрифтів темі/брендові сайту?
  - 2.5. Як шрифт виглядає на мобільній версії сайту?
3. Зробіть висновок, наскільки ефективно типографіка аналізованого вебсайту впливає на читабельність тексту і яке враження створює на відвідувача.
4. Сформулюйте пропозиції щодо поліпшення типографіки аналізованого вебсайту.

### **Запитання для самоперевірки**

1. Які інструменти використовують для оцінювання читабельності тексту?
2. Які методи тестування дозволяють визначити зручність сприйняття тексту на різних пристроях?
3. Чому важливо зважати на розмір, інтерліньяж і контрастність під час тестування шрифтів?
4. Які особливості потрібно перевірити під час вибору шрифту для мобільного застосунку або вебінтерфейсу?

### **Завдання 7. Розв'язання проблем, пов'язаних з управлінням шрифтами на ПК**

**Мета** – ознайомитися з типовими проблемами, що виникають під час установлення, зберігання та організації шрифтів на ПК; вивчити способи оптимізації роботи зі шрифтами за допомогою спеціального ПЗ та системного управління.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 7 "Особливості комп'ютерних шрифтів. Управління шрифтами на ПК".

Розгляньмо основні групи проблем з управлінням шрифтами на ПК:

1. Надмірна кількість установлених шрифтів може призвести до повільного завантаження системи та перебоїв у графічних програмах (Photoshop, Illustrator). Виникають труднощі з навігацією в пошуку потрібного шрифту серед сотень варіантів. Для розв'язання рекомендують використання програм шрифтових менеджерів (FontBase, NexusFont, Typeface) для активації під час кожного сеансу роботи тільки потрібних шрифтів. Також рекомендують видалення або деактивацію невикористовуваних шрифтів.

Відсутність групування шрифтів за стилями або проєктами ускладнює пошук альтернативи або створення гармонійної шрифтової пари. У програмах шрифтових менеджерів рекомендують здійснити каталогізацію шрифтів, наприклад, за стилями (serif, sans-serif, вебшрифти, рукописні шрифти).

Можна згрупувати шрифти за типами проєктів:

- "дитячі" шрифти з веселими, округлими, м'якими формами, що викликають асоціації із грою, творчістю, казкою, вони є прийнятними для дитячих сайтів, ігор, освітніх платформ для дітей. Приклади: Comic Sans, KG Primary Penmanship, Luckiest Guy;

- елегантні шрифти, витончені, часто з тонкими лініями та зарубками, які передають відчуття вишуканості й розкоші та є прийнятними для сайтів моди, брендів косметики, весільних агентств. Приклади: Playfair Display, Cinzel, Cormorant Garamond;

- ділові, офіційні шрифти – строгі, прості, читабельні, які підкреслюють надійність, професіоналізм, вони є прийнятними для корпоративних сайтів, юридичних компаній, консалтингу. Приклади: Roboto, Lato, Source Sans Pro;

- шрифти для IT та технологічних проєктів – сучасні, чисті, геометричні шрифти, що часто нагадують інтерфейсні шрифти або моноширинні шрифти та є прийнятними для сайтів стартапів, технологічних компаній, застосунків. Приклади: Inter, Fira Sans, Ubuntu, Monaco (для коду);

- рукописні шрифти імітують стиль написання від руки, передають емоційність, живість і індивідуальність і можуть бути витонченими або недбалими, ніби написаними наскоро, на бігу. Вони є прийнятними для дизайну листівок, запрошень, постерів, для креативних брендів та арт-проєктів, у дитячих або ностальгійних темах і для оформлення

авторських блогів та персональних сайтів. Приклади: Dancing Script, Great Vibes, Pacifico, Amatic SC;

- креативні шрифти зазвичай мають експериментальні форми та викликають жваві емоції, вони є прийнятними для реклами, для банерів, постерів та промоакцій. Приклади: Anton, Poppins, Oswald;

- вінтажні шрифти, які мають ностальгійні, характерні форми та імітують стилі минулих епох, підходять для давніх брендів з історією, тематичних проєктів, креативних івентів. Приклади: Lobster, Pacifico, Bebas Neue (у стилі плакатів).

2. Проблеми із сумісністю форматів (наприклад, вебшрифти (WOFF) не працюють у настільних застосунках), що розв'язують конвертацією форматів за допомогою онлайн-інструментів (Transfonter, FontSquirrel) або завантаженням універсальних форматів – TTF / OTF для ПК, WOFF2 для веб.

3. Конфлікти між версіями шрифтів можна розв'язати вилученням старих версій перед установленням нової версії та регулярним оновленням шрифтів з офіційних джерел.

4. Проблеми використання нелегальних шрифтів можуть призвести до юридичних ризиків і блокування проєкту через відсутність дозволу на комерційне використання шрифтів. Рекомендують використовувати шрифти з відкритими ліцензіями (Google Fonts, Adobe Fonts), а також зберігати ліцензійні угоди до кожного шрифту.

5. Для перевірки підтримання кирилиці або української мови, якщо літери "ї", "є", "г" можуть бути неправильно побудованими або їх немає, слід перевірити набір символів перед використанням та застосування кирилических шрифтів із перевірених бібліотек.

Ефективне управління шрифтами на ПК – це поєднання структури, легальності, технічної грамотності та використання правильних інструментів, що не тільки спрощує роботу дизайнера, а й підвищує якість і безпеку розроблюваних ним проєктів.

## **Хід роботи**

1. Визначте всі місця зберігання шрифтів на своєму ПК (ноутбуці) та загальну кількість шрифтів.

2. Перевірте шрифти на наявність дублікатів, за потреби видаліть їх.

3. Запропонуйте власну систему групування шрифтів, складіть її і наведіть у звіті скриншот каталогів зі шрифтами, згрупованими за певними ознаками.

### **Запитання для самоперевірки**

1. Які типові проблеми виникають за надмірної кількості встановлених шрифтів на ПК?
2. Чому конфлікти між шрифтами можуть впливати на стабільність роботи графічних програм?
3. Які програми допомагають упорядковувати та управляти шрифтами?
4. Чому важливо зберігати резервні копії власних або ліцензованих шрифтів?
5. Які переваги має використання шрифтових колекцій, замість хаотичного встановлення окремих файлів?

### **Завдання 8. Аналіз прав на використання шрифтів**

**Мета** – дослідити основні способи монетизації авторських шрифтів, проаналізувати їхні особливості; визначити обмеження, пов'язані з ліцензуванням, поширенням і захистом авторських прав.

**Місце і значення** самостійної роботи – це завдання виконують у межах вивчення теми 8 "Створення власних шрифтів. Авторське право на шрифти".

Розгляньмо можливості монетизації власних шрифтів, розроблених шрифтовими дизайнерами.

По-перше, потрібно зважати на юридичні обмеження. Шрифт як файл має авторське право (особливо дизайн гліфів). Але законодавство різних країн може по-різному трактувати захист саме форми літер. У ліцензії EULA (End User License Agreement) слід чітко визначити, чи можна комерційно використовувати шрифт, чи є дозвіл на його редагування та зміни, чи дозволено перепродавати шрифт або вбудовувати в застосунки.

Різні ліцензії передбачають різні сфери використання. Є такі ліцензії:

- ліцензія на десктоп (для макетів і друкування);
- ліцензія на веб (зазвичай обмеження за трафіком сайту);
- ліцензія для мобільних застосунків або вбудовування в PDF;
- Broadcast license – окремо для телебачення чи реклами.

Після купівлі ліцензії шрифт не має бути переданим третім особам (клієнтам, підрядникам) без додаткової угоди. Заборонено вільно поширювати шрифт без дозволу автора. Є проблема піратського копіювання та нелегального поширення шрифтів. Захистити свої шрифти повністю складно: можна використовувати водяні знаки в маркетингових матеріалах або спеціальні технології обмеження доступу.

Розроблені шрифти мають для сумісності забезпечувати підтримання різних форматів (OTF, TTF, WOFF). Потрібно забезпечити якість кернінгу, хінтингу та відображення на різних пристроях.

Приклад базової ліцензії EULA для шрифтів наведено далі.

### ***End User License Agreement (EULA)***

*Назва шрифту: [FontName]*

*Автор: [Ваше ім'я або компанія]*

*1. Ліцензія на використання. Ви отримуєте невиключну, непередавану ліцензію на використання шрифту для: персональних проєктів, комерційних проєктів (залежно від купленого пакету).*

*2. Заборони. Ви не маєте права: поширювати шрифт третім особам; змінювати або створювати похідні роботи без письмового дозволу; убудовувати шрифт у товари для перепродажу (наприклад, у друковану продукцію без окремої ліцензії).*

*3. Вебліцензування. Для використання шрифту на вебсайтах потрібна окрема ліцензія, залежно від трафіка сайту.*

*4. Гарантія та відповідальність. Шрифт надають "як є", без будь-яких гарантій. Автор не бере на себе відповідальність за будь-які збитки, що виникли унаслідок використання шрифту.*

*5. Інші умови. Для розширеного використання є потрібною додаткова корпоративна ліцензія (для TV, кіно, великих брендів).*

*Дата: [дата підписання]*

*Контакт для зв'язку: [ваш email або сайт]*

Продаж шрифтів є можливим на різних платформах.

1. Продаж шрифтів через маркетплейси типу MyFonts, Creative Market, Fontspring, Fontbundles тощо забезпечить велике охоплення потенційної аудиторії споживачів, надасть готову інфраструктуру продажу та оплати за кожне завантаження або ліцензію. Треба враховувати комісію платформи (зазвичай 30 – 50 %) та випадки, коли деякі платформи потребують ексклюзивності. Більшість шрифтових маркетів мають суворі вимоги до технічної чистоти шрифту: кернінг, хінтинг, гліфи.

2. Можливим є продаж на власному сайті, що дає повний контроль над ціноутворенням і ліцензіями. Припустимими є варіювання цін, залежно від розміру компанії, кількості користувачів або обсягу трафіка (для веб-шрифтів).

3. Можливим є ліцензування шрифтів третім особам за типами ліцензій:

- Desktop License – для використання в програмах, верстанні;
- Webfont License – для використання на сайтах;
- App License – для використання в мобільних застосунках;
- E-pub License – для електронних публікацій (PDF, eBooks);
- Custom/Corporate License – ексклюзивні умови для компаній.

4. Є продажі за передплатою. Наприклад, Adobe Fonts пропонує оплату розробникам шрифтів, якщо їхні гарнітури використовують у передплаті.

Розроблення шрифтів супроводжено ризиками, серед яких піратство та нелегальне поширення на торент-сайтах. Рішенням може бути використання водяних знаків і/або створення легального бренда.

Якщо не оформити авторські права або не вказати чіткі умови ліцензії, то шрифт можуть використовувати без згоди через незахищену правову базу. Рішенням є використання Open Font License (OFL), SIL або створення власної ліцензії EULA (End User License Agreement).

Монетизація шрифтів – реальна і перспективна модель доходу, якщо правильно поєднати ліцензування, технічну якість, маркетинг (презентація, приклади, сайти) та зручну для купівлі платформу. Успіх залежить не лише від дизайну, але й від зручної комунікації з користувачем.

У табл. 8 наведено перелік платформ для продажу шрифтів.



### Платформи для монетизації шрифтів

| Платформи             | Особливості                                                 |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------|
| MyFonts               | Найбільший ринок шрифтів, чимала аудиторія, комісія до 50 % |
| Creative Market       | Є прийнятним для творчих шрифтів, гнучкі умови              |
| Fontspring            | Позиціонує шрифти як незалежні продукти                     |
| Envato Elements       | Платформа підписки; виплати за завантаження                 |
| Gumroad               | Самостійний продаж із повним контролем над ліцензіями       |
| Behance + Adobe Fonts | Через Behance можна потрапити в екосистему Adobe Fonts      |
| Etsy                  | Є прийнятним для творчих, рукописних, декоративних шрифтів  |

### Хід роботи

1. Виберіть один безкоштовний шрифт із Google Fonts і один комерційний шрифт із MyFonts.
2. Опишіть, які умови їхнього використання. Чим відрізняються права користування цих шрифтів?
3. Зробіть висновки, як тип ліцензії впливає на можливість використання шрифту в реальних проєктах (сайт, мобільний застосунок, друкований буклет).

### Запитання для самоперевірки

1. Які основні способи монетизації шрифтів є сьогодні?
2. Чим відрізняється десктопна ліцензія від вебліцензії для шрифтів?
3. Які юридичні обмеження можуть виникати під час передавання шрифтів третім особам?
4. Які популярні платформи використовують для продажу авторських шрифтів?
5. Як забезпечити захист авторських прав під час поширення власного шрифту?
6. У чому полягає ризик нелегального копіювання та як його мінімізувати?

## Рекомендована література

1. Бережна О. Б. Принципи побудови адаптивного інтерфейсу мультимедійних додатків [Електронний ресурс] / О. Б. Бережна // Поліграфія і видавнича справа. – 2022. – № 1 (83). – С. 80–87. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28382>.
2. Бережна О. Б. Типографіка [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. Б. Бережна, Т. Ю. Андрющенко ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 124 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28382>.
3. Вовк О. Б. Проблеми захисту шрифтів як специфічних об'єктів авторського права [Електронний ресурс] / О. Б. Вовк. – Режим доступу : <https://vlp.com.ua/files/09.pdf>.
4. Контраст, динаміка, вага, відкритість та ширина шрифту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cases.media/article/anatomiya-shriftu-ch-3-kontrast-dinamika-vaga-vidkritist-ta-shirina-shrifta>.
5. Назаркевич М. А. Типографіка та редагування : навч. посіб. / М. А. Назаркевич, Н. Д. Лотошинська. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2022. – 328 с.
6. Поширені проблеми зі шрифтами та способи їх вирішення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://docs.aspose.com/font/uk/net/font-file-issues/>.
7. Слепцова А. Б., Бережна О. Б. Розроблення методики визначення шрифтів для рекламних інтернет-комунікацій / А. Б. Слепцова, О. Б. Бережна // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : монографія. – Харків : ТОВ "Друкарня Мадрид", 2021. – С. 13–22.
8. Шевченко В. Е. Шрифтове оформлення видань [Електронний ресурс] / В. Е. Шевченко. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1663>.
9. 29 principles for making great font combinations [Electronic resource]. – Access mode : <https://bonfx.com/29-principles-for-making-great-font-combinations/>.
10. Howard S. What is font hinting? The basics explained [Electronic resource] / S. Howard. – Access mode : <https://blog.idrsolutions.com/what-is-font-hinting/>.
11. Larson K. The Aesthetics of Reading [Electronic resource] / K. Larson, R. Picard. – 2008. – 13 p. – Access mode : <https://affect.media.mit.edu/pdfs/05.larson-picard.pdf>.
12. Microsoft Typography documentation [Electronic resource]. – Access mode : <https://learn.microsoft.com/uk-ua/typography/>.

## Зміст

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Вступ .....                                                                                                     | 3  |
| Завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти<br>та методичні рекомендації до їхнього виконання ..... | 8  |
| Змістовий модуль 1. Основи використання шрифтів .....                                                           | 8  |
| Завдання 1. Аналіз впливу типографіки на сприйняття<br>інформації та читабельність текстів у різних медіа ..... | 8  |
| Завдання 2. Виявлення відмінностей між сучасними<br>та класичними шрифтами .....                                | 12 |
| Завдання 3. Вибір шрифтового формату<br>для конкретного проекту .....                                           | 15 |
| Завдання 4. Тестування й оцінювання зручності<br>читання шрифтів .....                                          | 18 |
| Змістовий модуль 2. Типографіка друкованих<br>та електронних видань .....                                       | 23 |
| Завдання 5. Аналіз особливостей типографіки<br>друкованих видань в епоху цифрових медіа .....                   | 23 |
| Завдання 6. Аналіз типографіки вебдизайну .....                                                                 | 25 |
| Завдання 7. Роз'язання проблем, пов'язаних<br>з управлінням шрифтами на ПК .....                                | 27 |
| Завдання 8. Аналіз прав на використання шрифтів .....                                                           | 30 |
| Рекомендована література .....                                                                                  | 34 |

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

## ТИПОГРАФІКА

**Методичні рекомендації  
до виконання самостійної роботи  
здобувачів вищої освіти спеціальності  
186 "Видавництво та поліграфія"  
освітньої програми "Технології електронних  
мультимедійних видань"  
першого (бакалаврського) рівня**

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

Укладач **Бережна** Олена Борисівна

Відповідальний за видання *О. І. Пушкар*

Редактор *О. Г. Доценко*

Коректор *В. О. Дмитрієва*

План 2025 р. Поз. № 128 ЕВ. Обсяг 36 с.

---

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61165, м. Харків, просп. Науки, 9-А

---

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*