

4 сен в 16:36 16 311



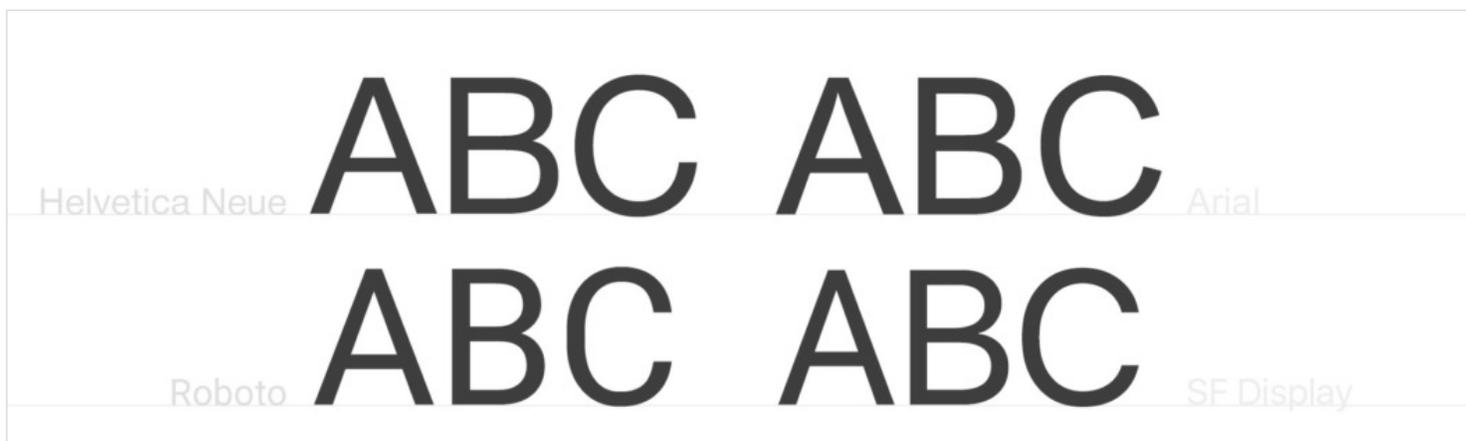
По пунктам: истории пяти популярных шрифтов

От словолитни до Apple.

В закладки

Материал подготовлен при поддержке компании [Canon](#)

Популярные экранные шрифты для неподготовленного человека очень похожи. Если взять первые три буквы латинского алфавита в разных исполнениях, то очевидные отличия будут заметны только в шрифте Roboto.



Профессионалам достаточно свойств буквы С, чтобы определить шрифт

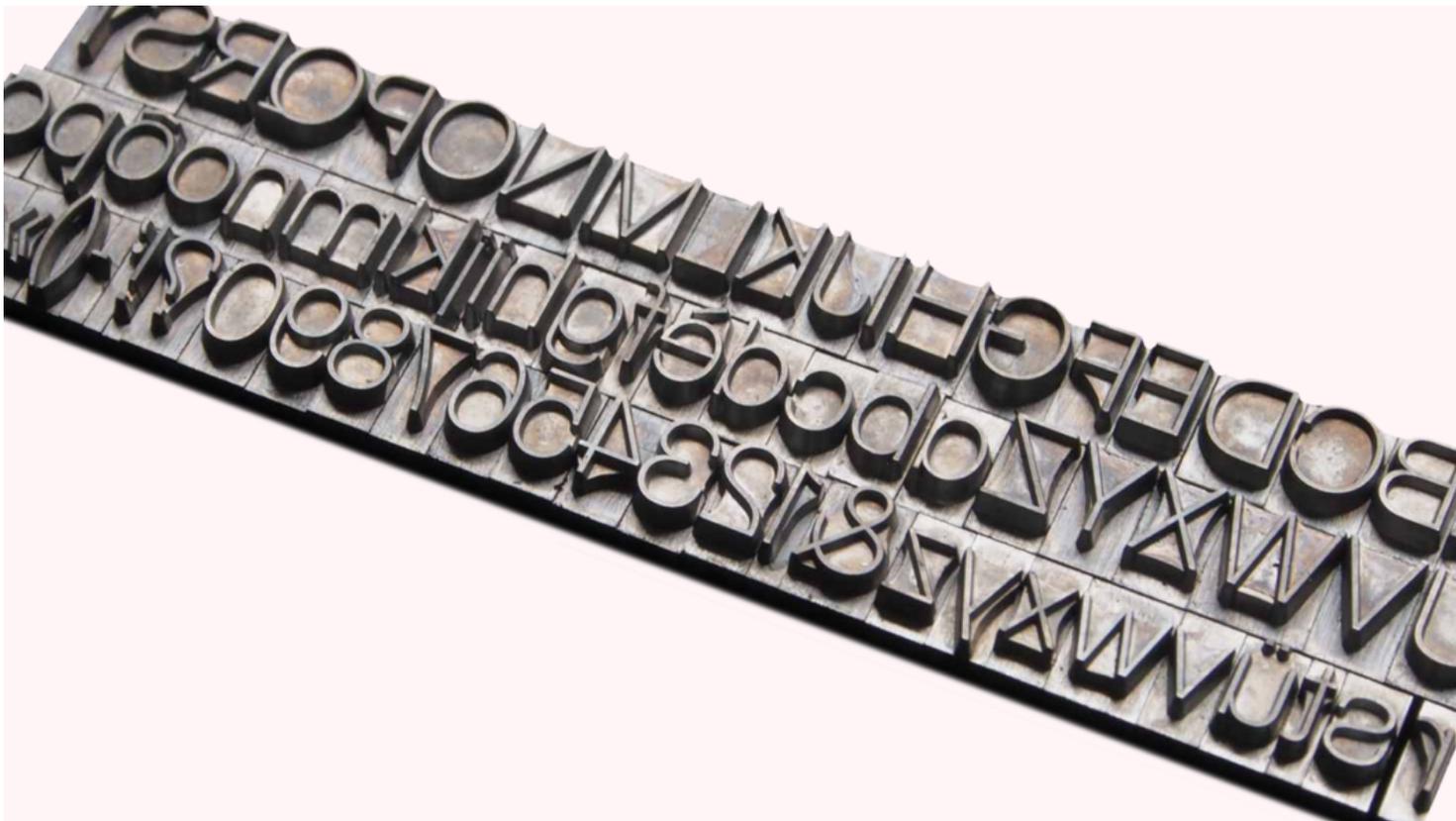
Тем не менее у этих шрифтов принципиально разная история. Одни отсылают нас ко временам, когда на специальных типографских производствах — словолитнях — отливали металлические буквы; другие появились совсем недавно и ещё не успели окончательно сформироваться.



Хакеры смогли обойти двухфакторную авторизацию с помощью уговоров



[Подписаться на push-уведомления](#)



Металлический набор букв, изготовленный на словолитне

Содержание:

- [Предыстория](#)
- [Helvetica](#)
- [Helvetica Neue](#)
- [San Francisco](#)
- [Arial](#)
- [Roboto](#)

Предыстория

Середина прошлого века, мир оправляется от последствий войны. В искусстве актуально течение модернизма, набиравшего обороты с двадцатых годов. Он зародился как реакция на обилие деталей, излишнюю декоративность классического искусства.

Война придала ему особую ценность: в послевоенные годы людям было не до роскоши и богатства оформления. В архитектуре и интерьерах на первое место вышли функциональность, простота геометрии и минимализм.



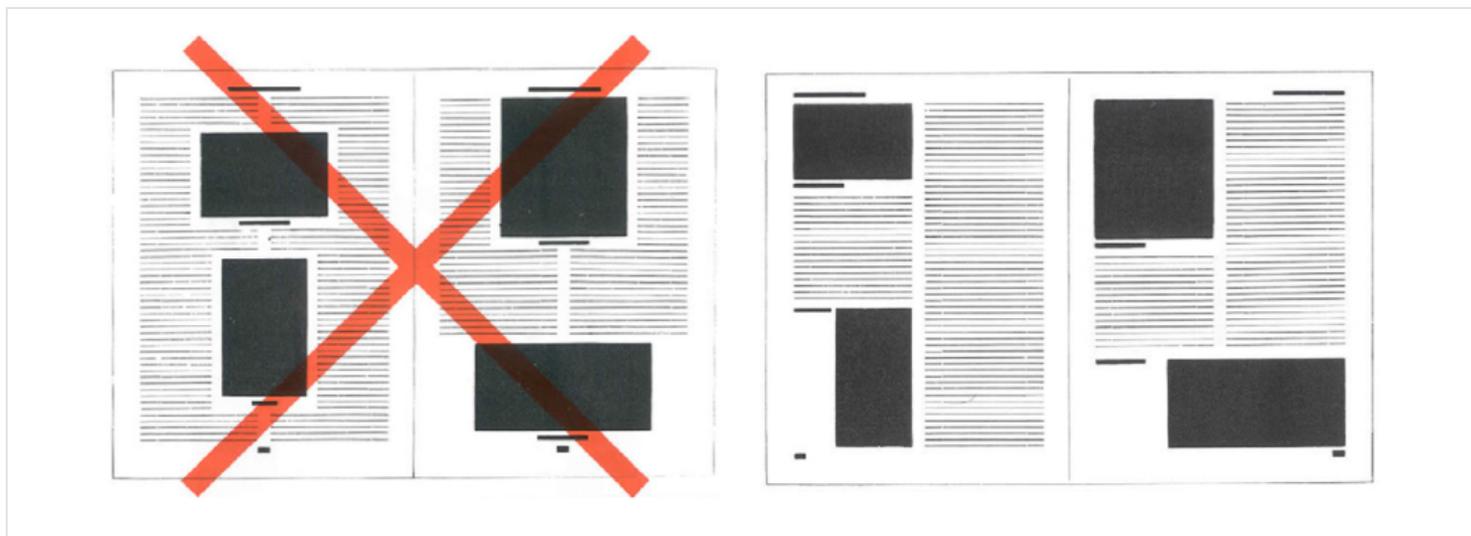
Такая конструкция ножек встречалась даже в архитектуре, пара [примеров](#) есть и в Москве

Здания возводились нарочито правильными, прямоугольными. Угловатость стала эстетичной и подчеркивалась дешёвыми материалами: бетоном и стеклом. Иногда это выглядело угрюмо, но чаще архитекторы компенсировали это яркими цветами и светлым пространством.



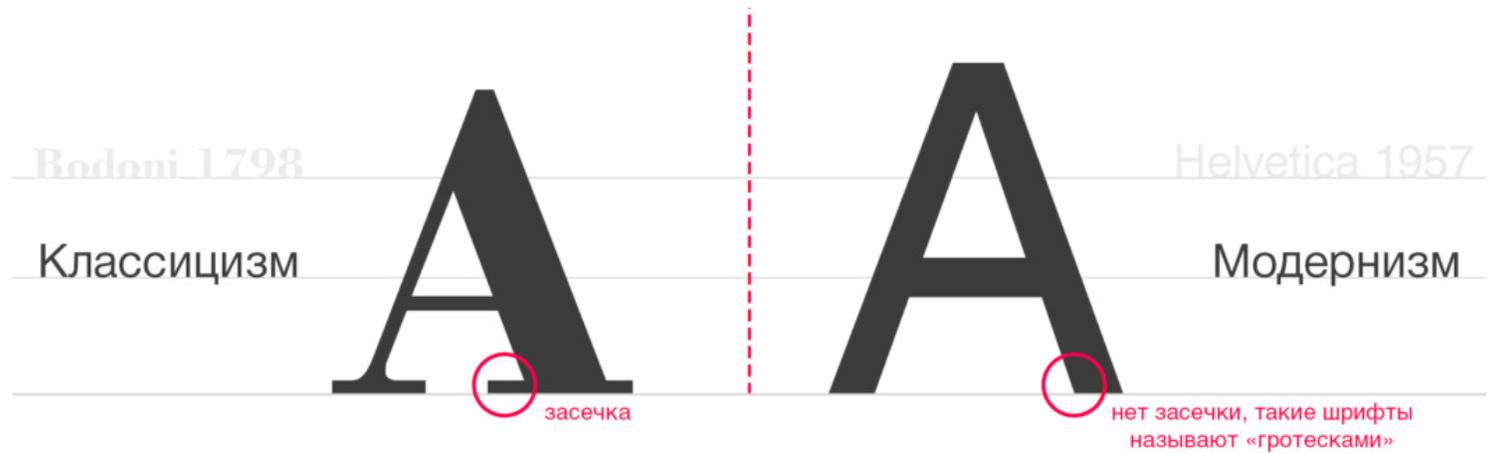
Примеры ранних зданий модернизма

Под это описание подходят и тренды графического дизайна того времени. Элементы на плакатах, обложках журналов и виниловых пластинок перестали располагать симметрично и вписали их в геометрическую сетку.



Рекомендации вёрстки от Яна Чихольда, идеолога нового стиля. Сейчас они имеют принципиальное значение в веб-дизайне

Изменились и подходы к типографике. На смену декоративным шрифтам с множеством деталей пришли строгие и безэмоциональные. В них буквы состоят только из основных элементов, выполненных в одной толщине.



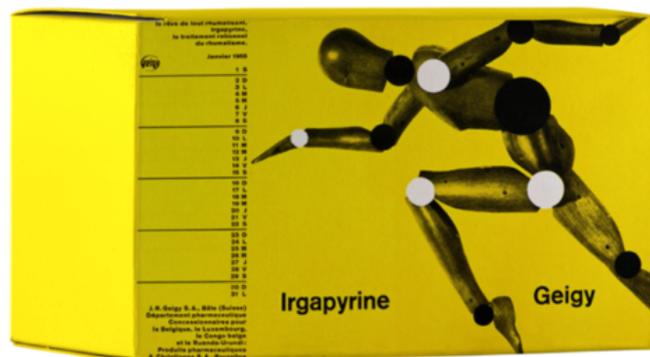
Модернизм в графическом дизайне

Веяния моды пришлось по душе рекламщикам: шрифты без декоративных деталей быстрее доносят информацию до покупателя. Так консервативный и строгий стиль добрался до упаковок товаров и рекламных плакатов.

Рынком правит шрифт **Akzidenz-Grotesk** берлинской словолитни Berthold. Как и все шрифты того времени, он выпускался в виде металлических наборов букв. На рынке он появился ещё в 1896 году и со временем стал шрифтовым бестселлером. Десятки конкурентов попытались выпустить свой аналог, но им не удалось даже приблизиться к популярности оригинала.

Akzidenz

Grotesk



Упаковки товаров компании Geigy, выпускавшей бытовую химию и фармацевтику. Везде используется Akzidenz-Grotesk

Именно Akzidenz-Grotesk изменил пользовательский взгляд на шрифты. Его нейтральность и простота обогатили правообладателей и задали направление, в котором появились сегодняшние экранные шрифты.

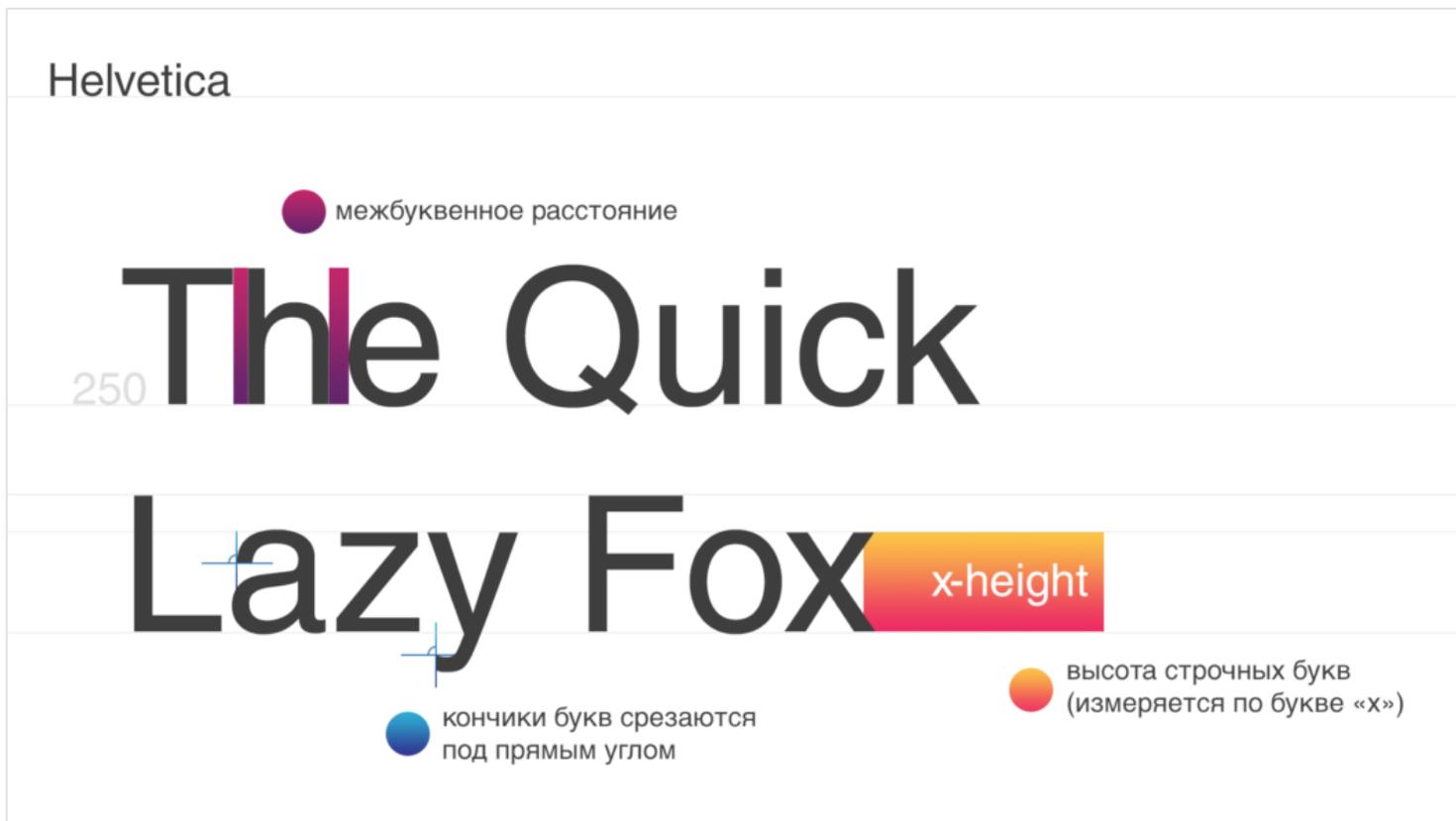
Helvetica

Эдуард Хоффман, директор одного швейцарского шрифтолитейного завода, в ответ на давление Akzidenz-Grotesk был вынужден разрабатывать свой аналог. В 1956 году вместе с сотрудником завода Максом Мидингером, как ни странно, менеджером по продажам, они приступили к разработке **Neue Haas Grotesk** — нового гротеска словолитни Haas.



Записная книжка Хоффмана. «RRR», «Hamburger» — идёт проверка наиболее сложных букв и сочетаний Helvetica

Отличительными особенностями нового шрифта стали большая высота строчных букв, горизонтальные срезы и узкий межбуквенный интервал.



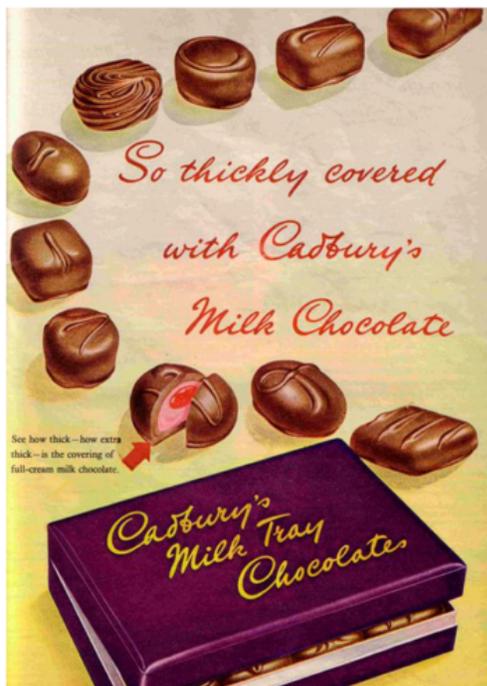
Отличительные особенности Helvetica

Специалист отдела продаж посчитал, что название «Neue Haas Grotesk» слабовато для международного распространения, и переименовал шрифт в Helvetica, «Швейцарию» на латыни.

Новое название вызвало споры, поскольку уже использовалось в названиях страховой компании и фабрики швейных машин, поэтому создатели дали шрифту новое имя — Helvetica, «швейцарская».

В 1961 году шрифт выпустили под новым именем, но окончательно оно закрепилось только через некоторое время.

Шрифт быстро разошёлся и, наравне с Akzidenz-Grotesk, стал одним из центральных элементов моды. Компания-владелец Helvetica связывает это со своей успешной маркетинговой политикой. Среди немецких покупателей шрифта: Lufthansa, Bayer, Deutsche Bahn, BMW. Модернизм определил облик стеклянных небоскрёбов, а Helvetica отвоевала свою часть корпоративного рынка.



1953



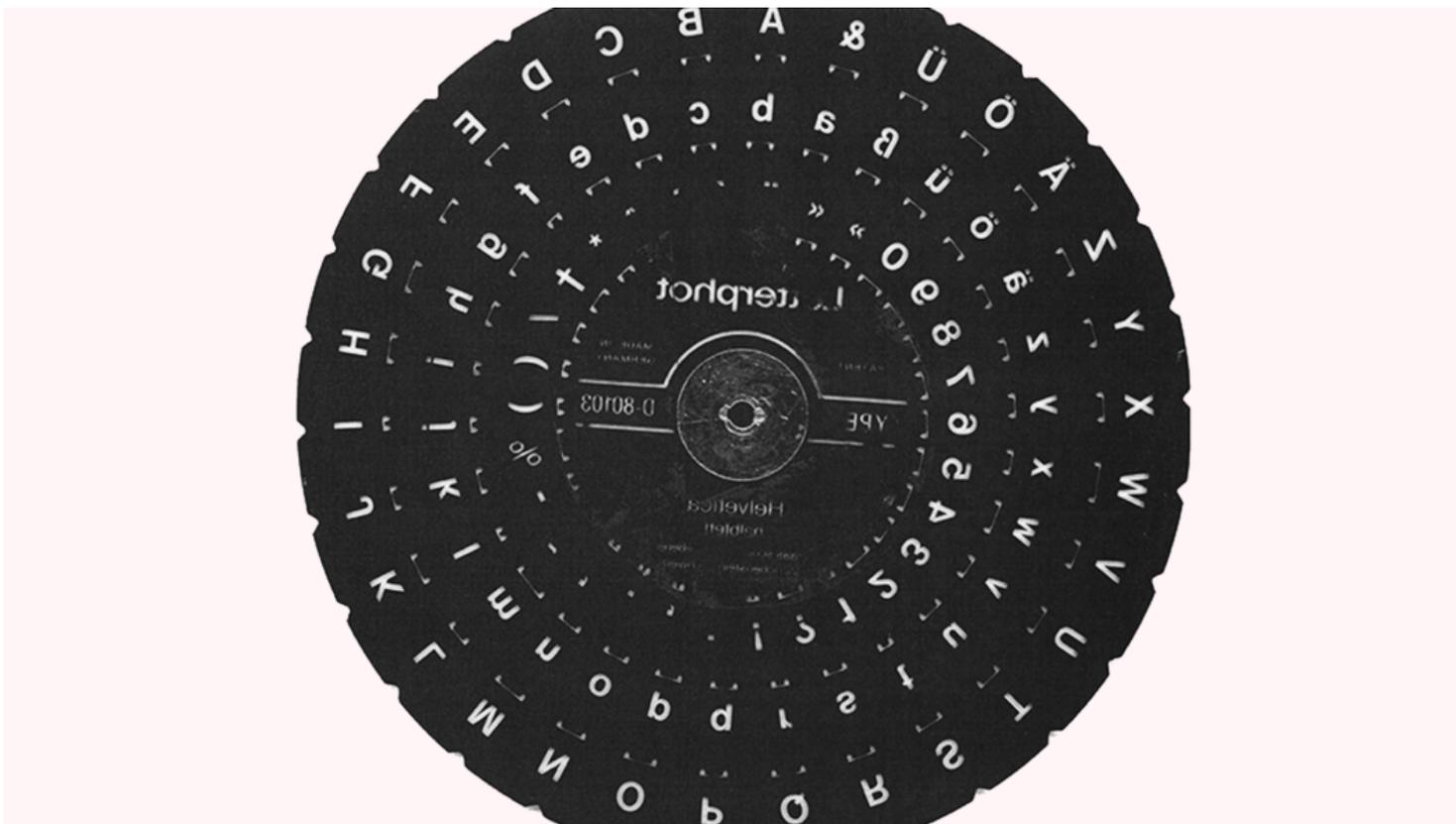
1969

Постепенная смена подхода к шрифтам в рекламе

Дизайнеры не до конца справились с обрушившейся на Helvetica популярностью. Начертания для шрифта — жирные, тонкие, курсивы, — выпускались наспех и не всегда гармонировали между собой.

Helvetica Neue

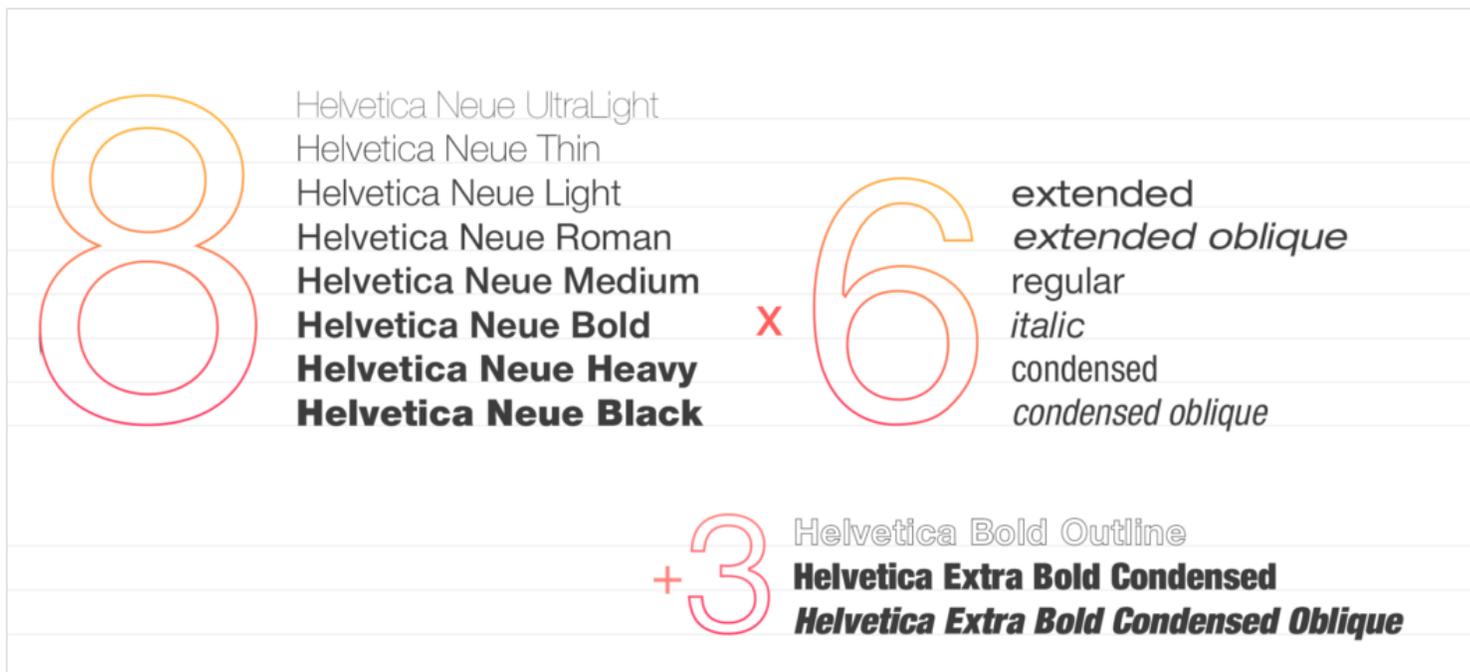
К восьмидесятым шрифтолитейное производство потеряло свою актуальность — его вытеснила технология фотонабора. Ограничения в отливке металлических шрифтов больше не сковывали дизайнеров.



Фотонаборная машинка — принтер, печатающий не на бумаге, а на светочувствительной плёнке. На иллюстрации диск от неё

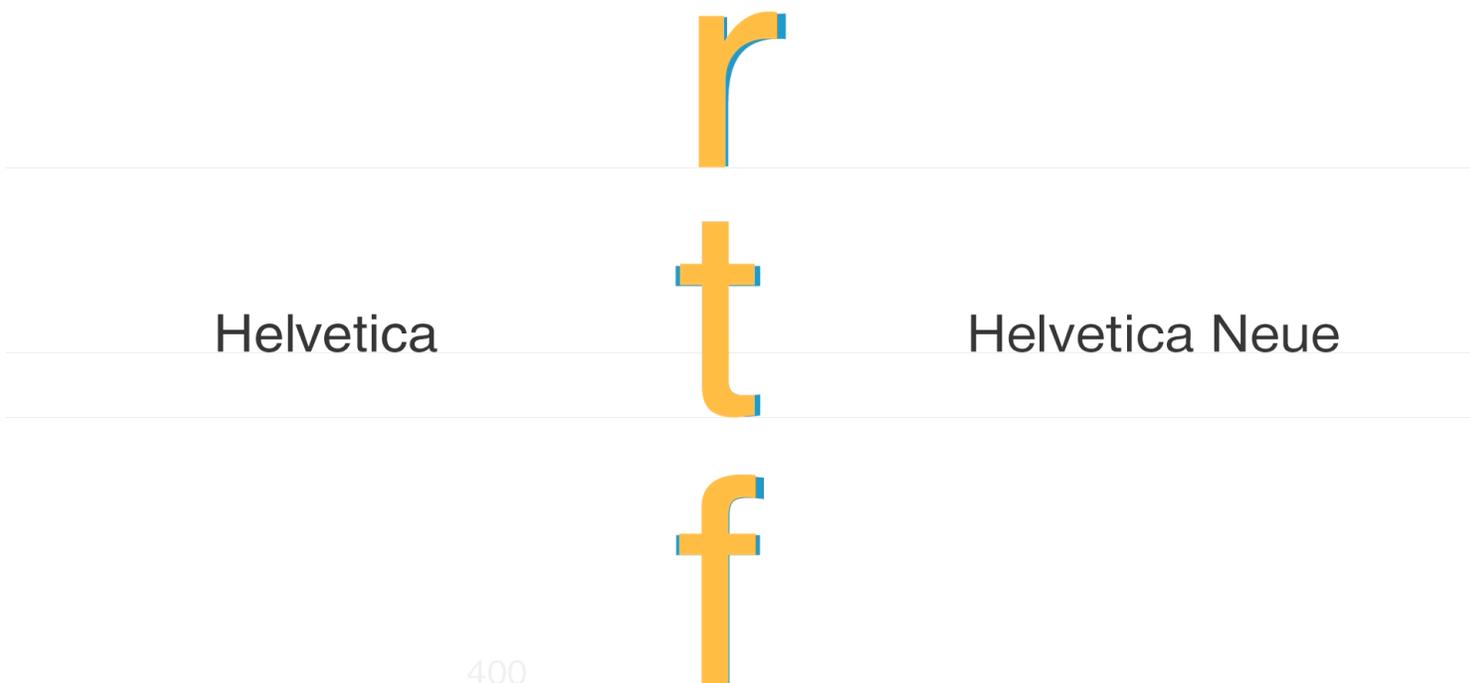
Вместе с приходом новой технологии компания, владеющая Helvetica, решает выпустить на рынок более сбалансированную гарнитуру — набор разных начертаний одного шрифта. Для этого они вносят небольшие изменения в оригинальную Helvetica и рисуют ещё семь вариантов её исполнения: от ультратонкого до сверхжирного. К каждому из них — ещё несколько опций: наклон, сужение, расширение.

Так появилась **Helvetica Neue**, связующее звено между Helvetica и компьютерной эпохой. В неё вошла 51 версия исполнения шрифта.



Вся Helvetica Neue

В обычном начертании изменения коснулись тонких моментов: дизайнеры скорректировали ширину и распознаваемость некоторых символов в тексте, переработали знаки препинания.



Сравнение символов Helvetica и Helvetica Neue в обычном начертании

У первых мониторов компьютерной эпохи было крайне низкое разрешение. Для чтения с них лучше всего подошли монотонные шрифты без тонких элементов. В 1984 году Helvetica Neue [появляется](#) в компьютерах Macintosh и со временем становится одним из основных шрифтов Apple.

Игра

Выверенные расстояния между буквами — свойство хорошего шрифта. Попробуйте выставить правильные расстояния вручную, двигая буквы внутри слов.

ooo

Далее

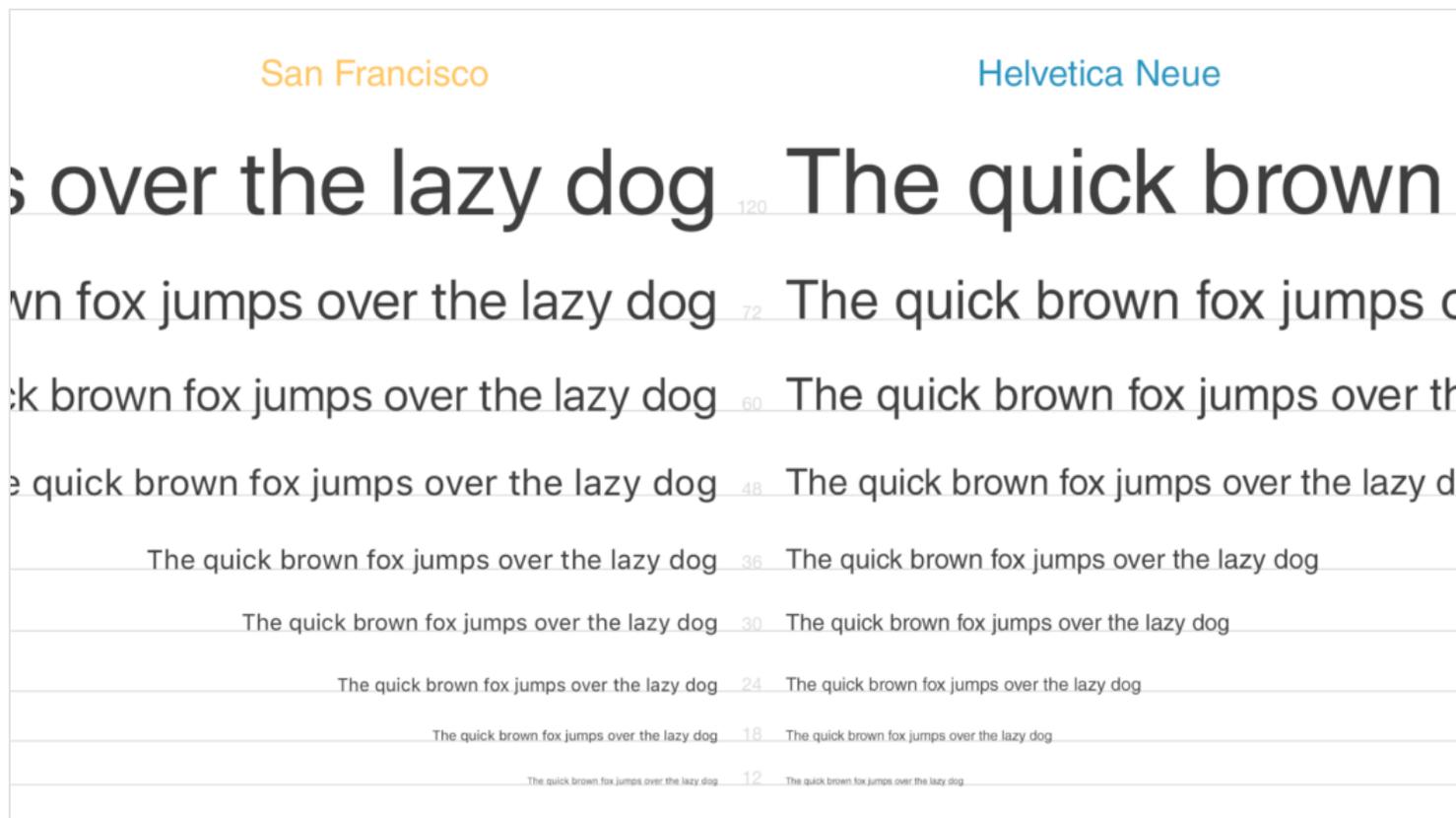
San Francisco

Компания Apple не раскрывает причины создания собственного шрифта. Предположительно, стоимость лицензирования Helvetica на гигантскую корпорацию оказалась слишком высока, и выгоднее было самим разработать похожее решение.

На презентации шрифта [назвали](#) следующую причину: линейка продуктов Apple включает разноформатные устройства и понадобился шрифт, который хорошо

смотрится на каждом. Так или иначе, **San Francisco** стилистически вдохновлён своим предшественником.

Впервые пользователи увидели шрифт San Francisco с выходом Apple Watch — там он использовался в качестве системного. Благодаря своим свойствам, San Francisco на маленьком экране смотрится разборчивее, чем Helvetica Neue.



Сравнение Helvetica и San Francisco с уменьшением кегля. Фраза про лису и собаку содержит все буквы латиницы — на ней удобно проверять шрифт

Затем San Francisco вытеснил Helvetica из остальных продуктов Apple. Компания стала использовать разные версии шрифта для экранов часов и для остальных устройств. У них одинаковое расстояние между буквами, но в версии для часов буквы компактнее по ширине, поэтому лучше распознаются на небольшом экране.

SF

SF Compact



Разница San Francisco и SF Compact: второй используется только в часах

Человек по-разному воспринимает заголовки и основной текст, и решение от дизайнеров Apple под это подстраивается. Когда шрифт понимает, что его используют в заголовке, меняется форма букв и расстояние между ними. Это работает в операционных системах от Apple, в других случаях магии не происходит, и шрифты переключаются вручную.

Тест

Некоторые шрифты особенно хорошо сочетаются, составляя пару для заголовка и текста. Попробуйте угадать, какие.

○○○

Ещё одна особенность

Прозрачные емкости, расположенные спереди, позволяют определить уровень чернил, а за счет особой конструкции принтера перезаправка проходит быстро.

или

Ещё одна особенность

Прозрачные емкости, расположенные спереди, позволяют определить уровень чернил, а за счет особой конструкции принтера перезаправка проходит быстро.

Arial

В начале восьмидесятых Adobe выпускает PostScript — язык описания страниц. Это язык разметки, благодаря которому текстовые документы отображаются на экране и корректно печатаются. Adobe [включили](#) Helvetica в список четырёх базовых шрифтов и оставили код закрытым — за лицензию нужно было заплатить.

Несколько компаний «клонировать» PostScript и для экономии на лицензиях используют шрифты, похожие на оригинальные.

Шрифт **Arial** полностью повторяет пропорции Helvetica — размер букв идентичен, а плотность шрифта очень похожа. В дизайнерской среде эти шрифты часто сравнивают, но стилистически Arial имеет сходство с Akzidenz-Grotesk и его последователем — Monotype Grotisque.



Сравнение Arial с Akzidenz-Grotesk, Monotype Grotesque и Helvetica

Arial появился в одном из аналогов PostScript и, благодаря повтору пропорций Helvetica, текст не менялся — сохранялась длина строк и его внешний вид.

Microsoft отказывается лицензировать популярные шрифты и в 1992 году включает именно Arial в список стандартных шрифтов Windows. В этот момент

шрифт уходит от своего старого названия — Sonoran Sans Serif. Популярность Arial сопутствовала распространению операционной системы.

Roboto

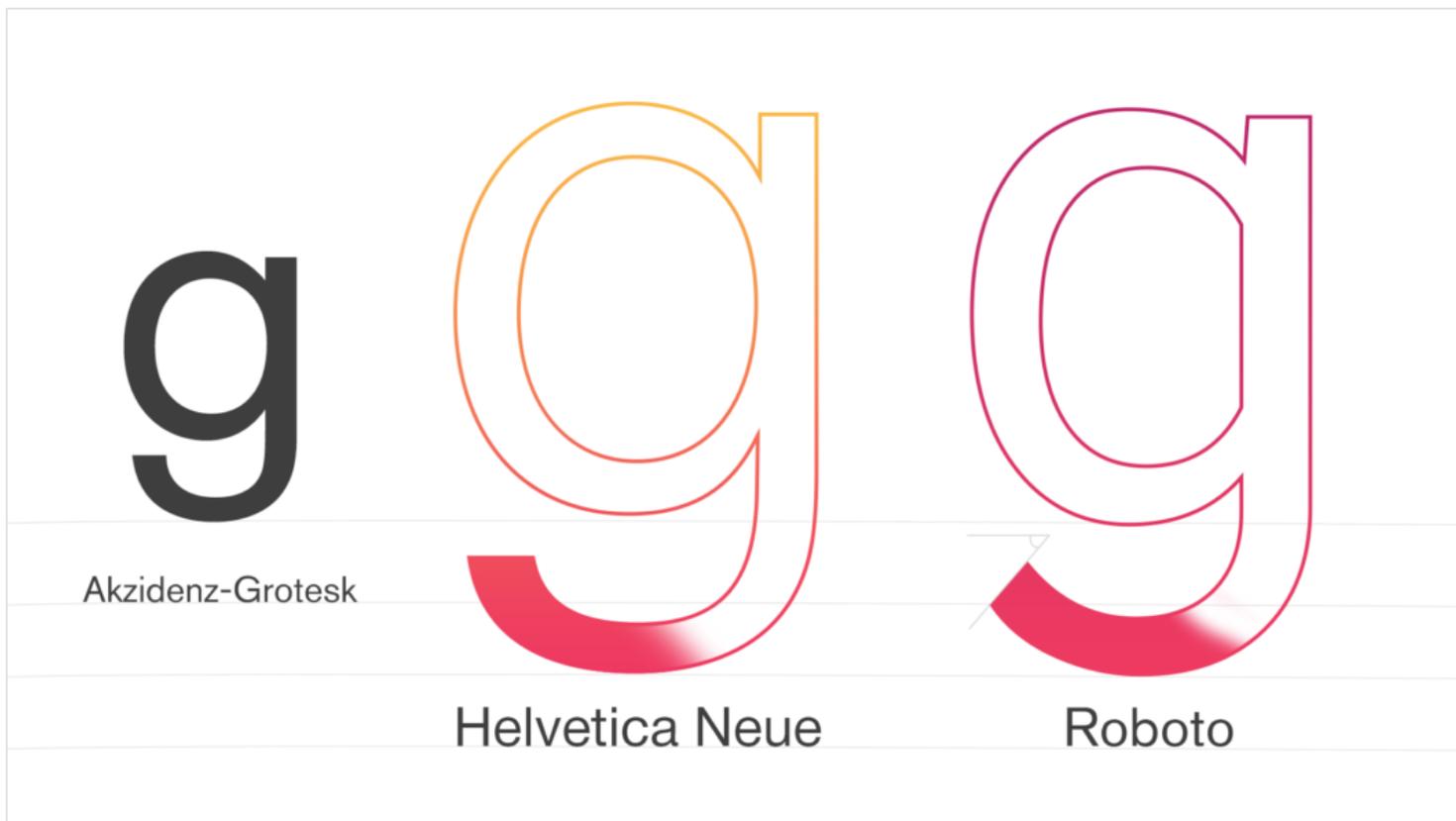
В операционной системе Android долгое время использовался шрифт Droid, разработанный в молодой американской студии. В 2010 году её поглощает шрифтовой гигант Monotype и, по всей видимости, меняет условия лицензии. Уже на следующий год Google презентует собственный шрифт, позволяющий больше её не оплачивать.

За основу была взята стилистика Akzidenz-Grotesk и его последователей, но дизайнеры шрифта активно с ней экспериментируют. Их идея — сделать шрифт «дружелюбнее». Элементы некоторых букв вдохновлены другим шрифтовым направлением и получаются более «рукописными» и открытыми.

“ Меня всегда бесило, что Helvetica и её подобию заканчивают концевой элемент на букве «g». Это просто неуклюже. Ручкой так не пишут, концевые элементы не задираются вверх (разве что на буквах «s» и «a»).



Кристиан Робертсон
автор шрифта Roboto

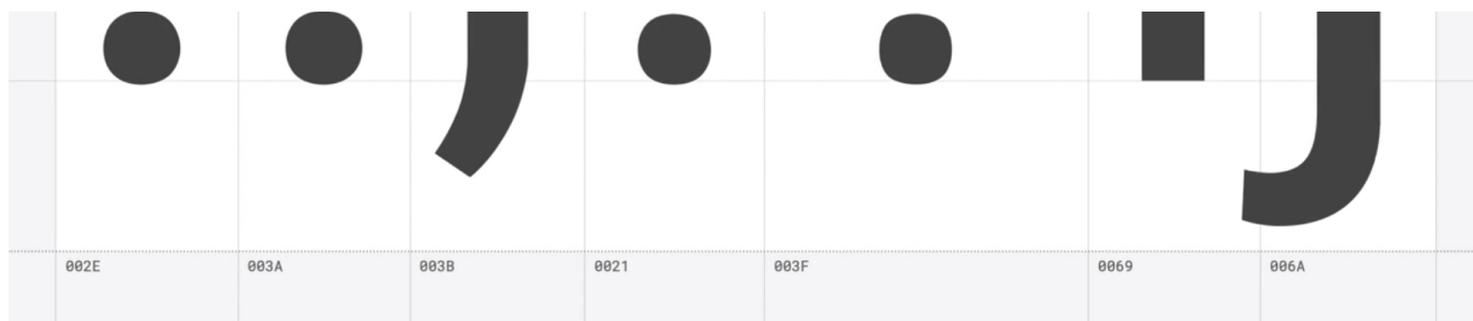


Концевой элемент на «g» в Roboto срезается раньше, чем у его вдохновителей, это делает букву более открытой

Дизайнерская публицистика не оценила такое сочетание и [назвала Roboto](#) четырёхголовым «франкеншрифтом». Эксперты обратили внимание на плохую гармонию нескольких стилей.

В дальнейшем шрифт претерпел ещё несколько редакций, стал ещё «дружелюбнее». Это выражается, например, в округлении некоторых букв и знаках препинания.





Шрифт становится «добрее». Фрагмент из [ролика](#) о реновации шрифта

* * *

Эти шрифты хорошо смотрятся на экране, но не менее важно и то, как они выглядят на бумаге. Их могут использовать не только дизайнеры, но и люди других профессий — в документах, презентациях, графиках. Печать подобных материалов может показаться неэкономичным занятием, но у инженеров Canon есть решение.

В принтерах серии PIXMA G нет привычных картриджей, вместо них — система непрерывной подачи чернил. Краска для печати поступает из специальных ёмкостей, и перезаправлять их придётся гораздо реже, чем в случае с моделями, где надо менять картриджи. По расходам на печать это один из самых [экономичных](#) вариантов.

Более того, у чернил различается состав — черные, пигментные, подойдут для печати текстов, а цветные, водорастворимые — для фотографий и любых других цветных изображений. На стартовом комплекте чернил принтер напечатает 7 тысяч цветных документов и до 12 тысяч чёрно-белых.

Подробности

[#партнерский](#)

🔖 77

Партнерский

КОМИТЕТ

Рекламные публикации для бизнеса:

sales@cmtt.ru, 7 (983) 157-29-07

О проекте Реклама

Push-уведомления Подписка