

References

1. Maldonado Tomás. *Digitale Welt und Gestaltung: ausgewählte Schriften*, ed. & trans. Gui Bonsiepe. Basel: Birkhäuser, 2007. 421 p.
2. Danylenko V. *Dyzain: pidruchnyk dlia studentiv VNZ, yaki navchaiutsia za spets. «Dyzain»*. Kharkiv, 2003. 320 s.
3. Pile J. F. *Interior design*. Pearson Prentice Hall, 2007. 608 p.
4. Ching F. D., Binggeli C. *Interior design illustrated* (3rd ed.). Wiley, 2012. 400 p.
5. Rengel R. J. *Shaping interior space* (2nd ed.). Fairchild Books. 2007. 368 p.
6. Huxtable A. L. *Frank Lloyd Wright: A Life*. Penguin. 2008. 272 p. ISBN 978-1-4406-3173-3.
7. Benton T. *Le Corbusier Conférencier*. Paris: Moniteur, 2007. 345 p.
8. Gilbert L. *Walter Gropius 1883-1969: the promoter of a new form*. Paul Sigel. 2004. 96 p.
9. Parsons G. *The Philosophy of Design*. Polity Press, 2016. 192 p.
10. *Dyzainerska diialnist: standarty i roztsinky / V. O. Svirko ta in.* Kyiv : Ahrar Media Hrup, 2013. 231 c.
11. Tymofiienko V. *Arkitektura i monumentalne mystetstvo: Terminy ta poniattia. Vyd-vo Instytutu problem suchasnoho mystetstva*. Kyiv, 2002. 472 s.
12. Krasnikova L. V. *Poniattia, istoriia i styli dyzainu interiera. Molodyi vchenyi №12 (64), 2018. S. 22-26.* URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/12/6.pdf> (data zvernennia: 15.04.2020 r.).
13. Novoselchuk N. Ye. *Vykorystannia innovatsiinykh ta ekolohichnykh materialiv v dyzaini interieru. Akademichna y universytetska nauka: rezultaty ta perspektyvy : zb. nauk. pr. za materialamy XVI Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 12 – 13 hrud. 2023 r. Poltava : Nats. un-t im. Yurii Kondratiuka, 2023. S. 70–71.*
14. Khmelovskyi O. M. *Vstup u dyzain: Osnovy proektuvannia system zhyttia. Volynska mystetska ahentsiia «Teren»*. Lutsk, 2004. 208 s.
15. Abyzov, V., Kysil, S. *XXIst century interior design. Środowisko Mieszkaniowe. 2020. № 30(30), S. 82-89.* doi: 10.4467/25438700SM.20.009.12212.

UDC 728.012.8

DEFINITION OF THE CONCEPT OF MODERN INTERIOR DESIGN

Kysil Svitlana – Doctoral Candidate, Department of Interior Design and Furniture,
Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv

The article analyses and compares existing definitions of the term «interior design» in both foreign and domestic scholarly literature with an artistic focus. It identifies the conceptual framework, highlighting commonalities and differences in interpretation. Based on an analysis of existing scientific terminology and considering contemporary needs and requirements for interior environment design, the definition of the term «modern interior design» has been refined, clarified, and supplemented. The results of this study confirm and emphasize the importance of modernizing, updating, and giving «new life» to the concept of «interior design», highlighting the necessity of its development and expansion in the context of contemporary interior art.

Key words: art, artistic culture, design, modern interior design, design process, innovation, technologies, term, concept, clarification, supplementation, refinement.

Надійшла до редакції 01.12.2024 р.

УДК 7.05 : 766

ШРИФТ У СТВОРЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ДИЗАЙНУ: ВІДБІР ШРИФТІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЧИТАНІСТЬ

Володимир Яровий – кандидат архітектури,
професор кафедри Інформаційних технологій проєктування та дизайну,
Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса
<https://orcid.org/0000-0001-8788-9700>
<https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi49.903>
arovoj333@gmail.com

Оксана Белявська – кандидат архітектури,
доцент кафедри Інформаційних технологій проєктування та дизайну,
Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса
<https://orcid.org/0000-0003-2504-2103>
ksalibra@ukr.net

Досліджено роль шрифту у створенні ефективного дизайну як важливого компоненту цілісного візуального образу. Встановлено, що однією з найбільш важливих складових ефективного дизайну є правильний вибір шрифту для викладу текстової інформації та забезпечення її читаності. Проаналізовано головні підходи до вибору шрифту для забезпечення читаності тексту. Визначено, що для забезпечення високої читаності тексту враховують групу чинників: розмір шрифту, його дизайн, контраст між текстом і тлом, відстань між літерами та рядками, ширина рядка. Охарактеризовано поняття «упізнаваність», «читаність», «легкість читання» та розкрито різницю між визначеннями. Охарактеризовано процес вибору шрифту, який

складається з чотирьох етапів. Зазначено, що подальший розвиток вибору шрифтів типографіки пов'язаний з розвитком цифрових технологій, психологією сприйняття тексту та вимогами соціального замовлення.

Ключові слова: шрифт, типографіка, дизайн, читаність, візуальна комунікація.

Постановка проблеми. Типографіка, як невіддільна частина візуального дизайну, має значний вплив на сприйняття інформації та загальне враження від будь-якого об'єкта. Серед ключових елементів типографіки шрифт посідає особливе місце. Він не лише передає інформацію, але й формує емоційний стан, настрій, створює певний імідж та впливає на читаність тексту. Тобто, зумовлює виникнення різного за інтенсивністю емоційного сприйняття інформації. Дослідження доводять, що людина впізнає текст не лише як сукупність букв, а як цілісний візуальний образ. Перше враження, яке створює шрифт, часто визначає подальше ставлення до тексту і впливає на розуміння його змісту. Саме тому читаність і перцепція тексту напряду залежать від вибору шрифту. Шрифт може збалансувати дизайн або, навпаки, зробити його дисгармонійним. Тому при розробці дизайнерського проєкту вибір шрифту має основоположне значення [12].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Роль шрифту у створенні ефективного дизайну перебуває в фокусі уваги багатьох дослідників. У контексті обраної тематики варто зазначити роботу О. Швед, присвячену проблемам візуальній комунікації у сучасному світі. Дослідниця стверджує, що ефективний дизайн полегшує сприйняття повідомлення та, водночас, переконує читачів у його важливості, а однією зі складників ефективного дизайну є типографіка – прикладна наука про роботу зі шрифтами та текстами, яку можна розглядати як мистецтво, що поєднане з психологією [15].

За твердженнями Т. Никоненко, Л. Османли, О. Поліщук, Н. Прокопівнюк «читкість і легкість читання шрифту пов'язані з якістю сприйняття типографіки, що підвищує цінність графічного продукту. Шрифт і типографіка – одночасно наука і мистецтво. Вміння дизайнера працювати зі шрифтами є показником його професіоналізму, який розкривається у друкованій продукції, зовнішній рекламі, системі корпоративної ідентифікації, мультимедійному виданні, вебсторінці й сайту, банерів тощо» [7].

У дизайні поліграфічної рекламної продукції шрифт набуває ключового значення. Так, М. Ісмайлова стверджує, що «шрифт, наділений визначеними якостями, має потужний емоційний та функціональний вплив на глядача. Адже шрифти розрізняються одразу за кількома параметрами (гарнітура, кегль, накреслення, зручочитаність), що впливають на формоутворення візуально-образної мови типографіки» [5; 26].

Досліджуючи тему розроблення рекламного плаката, як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем, низка вітчизняних і закордонних науковців стверджують, що «важливою є візуалізація ефекту використання шрифтів, кількість яких із розвитком комп'ютерних технологій набагато збільшилася. Для кожного дизайнерського образу варто підібрати найвідповідніший шрифт. Головною умовою буде його читаність, в усьому іншому автор може вибирати шрифт для підкреслення ідеї проєкту» [10; 125]. Зазначимо, що шрифт у дизайні реклами – це елемент оформлення макета, який сприяє створенню образу об'єкта [5; 26].

Українська дослідниця В. Криштопайтіс стверджує, що протягом багатьох років «технологічно типографіка була мистецтвом (наукою) для «обраних», натомість зараз, в епоху цифрового набору, можна говорити про те, що типографіка і шрифтове виробництво потенційно стали загальнодоступним й масовим видом діяльності, що, звичайно, набуло як позитивних, так і негативних рис. «Хвилі» технологічних інновацій формують відносно нові тенденції та певну графічну естетику в дизайні. Саме в цьому і виникає проблема спадкоємності минулого досвіду, міри життєздатності класичної типографіки» [6; 3].

Німецький дизайнер-типограф Я. Чихольд, автор книги «Обличчя книги», розглядаючи значення форми літер для типографічного тексту, зазначає, що «гарне оформлення починається з набору окремих текстових рядків, чи то книга або навіть щоденна газета. Користуючись шрифтами однакового виду і розміру, можна набрати легкочитані рядки, а також і такі рядки, які важко читати. Але насамперед форма самих літер значною мірою сприяє підвищенню легкочитаності або, навпаки, зниженню її» [5; 26].

Сьогодні шрифт це не лише знаряддя лінійної передачі інформації, але й засіб візуалізації образу та емоційного сприйняття тексту. Відтак виникає необхідність відбору шрифту для забезпечення читаності та ефективності дизайнерського проєкту в цілому.

Мета дослідження полягає у систематизації знань про роль шрифту в дизайні, визначенні основних принципів його вибору та аналізі впливу різних типів шрифтів на читаність та сприйняття тексту.

Виклад матеріалу дослідження. Дизайн – це багатогранне поняття, яке охоплює широкий спектр дисциплін, від мистецтва до інженерії. У найзагальнішому розумінні, дизайн – це процес створення чогось нового, що відповідає певним потребам та цілям. Адже англійське слово «design» означає не лише «задум», але ще і «намір», тобто якась «інтрига», що припускає непрямі шляхи досягнення мети і, відтак, не обходиться без певної частки хитрості розуму [8; 11]. Сьогодні під терміном дизайн розуміємо

професійну діяльність, а також і результат цієї діяльності, тобто її кінцевий продукт [11; 41]. Успішним або ефективним дизайном можна вважати той, який досягає поставлених цілей максимально ефективно. Це означає, що продукт, система або середовище, створені за допомогою такого дизайну, не лише відповідають своїм основним функціям, але й стають максимально корисними для користувачів. Головними характеристиками кінцевого продукту є орієнтація на цільову аудиторію, функціональність, естетика, ергономіка, доступність, економічна ефективність, екологічність та інноваційність.

Сучасна наука виділяє різні види дизайну – графічний, веб, промисловий, модний, середовищний тощо. Кожен із різновидів вимагає особливих знань у галузі проєктування, конструювання і технології виробництва, але базується на загальних принципах композиції: баланс (рівновага елементів), пропорції (співвідношення між частинами), контраст (відмінності характеристик для акценту), ритм (закономірність повторювань для руху) та єдність (зв'язок усіх елементів) [9]. Завдяки застосуванню цих усталених правил у розробці дизайн стає оригінальним, привабливим та цілісним. Важливу роль у створенні дизайнерського продукту відіграють елементи дизайну: типографіка та шрифти, кольори, простір та форма, композиція, кожен з яких має певне значення у творчому процесі, але застосовані разом утворюють якісний продукт ефективного дизайну.

Найважливішою складовою є правильний вибір шрифту для викладу текстової інформації. Відбувається перетворення друкованого тексту на елемент графічного оформлення так, щоб максимально полегшити читачу розуміння тексту та підсилити враження від поданого повідомлення. Трансформації дозволяють утворювати художні образи навіть без використання ілюстрацій та образотворчої графіки – лише за допомогою моделювання та монтажу самого тексту [4]. Зазначимо, що одним із проявів непрофесійності та надійних способів зіпсувати дизайн, є використання занадто великої кількості шрифтів або їх неактуальний підбір.

Шрифти – це різноманітні стилі, в яких представлені літери та символи. Термін «шрифт» походить від процесу виливання металевих форм для друку, що був поширений у XVI столітті. Попри зміну технологій, шрифт продовжує виконувати свою основну функцію – надавати тексту певний стиль та характер. Шрифти – це мова дизайну, яка передає безліч нюансів і повідомлень, це також інструмент, який виконує велику кількість функцій. Вони здатні змінити не лише зовнішній вигляд слів, а й їхній зміст, емоційний заряд та загальне враження. Вдало підібраний шрифт здатний не лише привернути увагу, але й встановити емоційний зв'язок між текстом і аудиторією. Вибір шрифту є важливим для досягнення вдалих результатів: читаність або розбірливість тексту, позитивне сприйняття повідомлення, запам'ятовування інформації (рис. 1).

Industry Industry Industry Industry

Industry Industry Industry Industry

Рис. 1. Візуальні форми слова у різних шрифтах

Шрифти можна класифікувати за різними критеріями, але найпоширенішим є поділ на шрифти з зарубками (serif) та шрифти без зарубок (sans serif).

Шрифти з зарубками (serif) – це класичні шрифти, котрі мають невеликі лінії (риски) на кінцях основних штрихів літер, які надають буквам певної витонченості, а тексту відчуття важливості, класичності та серйозності. Вони вважаються традиційними та легкочитаними, особливо для значних обсягів друкованого тексту, натомість в інтернеті у тій же ролі зустрічаються нечасто. Це пов'язано з певними труднощами у сприйнятті таких шрифтів на екрані. Однак у вебдизайні шрифти serif часто використовують для створення заголовків, що мають яскравий образ і добре запам'ятовуються.

Шрифти без зарубок (sans serif) – це модерні шрифти, що не мають додаткових рисок. Вони виглядають більш стриманими, чистими та мінімалістичними. Зазвичай використовуються в заголовках, на вебсайтах та в сучасному шрифтовому дизайні. Дослідження в галузі типографіки вказують на те, що шрифти без зарубок сприяють меншій візуальній втомі. Приклади таких шрифтів – Helvetica, Arial, Futura (рис. 2).



Рис. 2. Зразок оформлення вебсайту видання «Європейська правда» шрифтами sans serif
Джерело: URL: <https://www.eurointegration.com.ua/>

Відзначимо, що при підборі шрифтів використовують відносні величини (відсотки) для здійснення масштабування тексту. Друковані літери традиційно вважаються більш читаними, тоді як прописні літери можуть створювати візуальний шум, знижуючи швидкість читання та ускладнюючи сприйняття інформації.

Специфічними є шрифти type font та typeface. Ці терміни часто використовуються як взаємозамінні, але між ними є певні відмінності, особливо в професійному дизайнерському середовищі. Нагадаємо, що шрифт у загальному визначенні розглядається як набір графічних символів (літер, цифр, знаків пунктуації тощо), об'єднаних єдиним стилем і розміром, а у дизайні він є інструментом, який використовується для утворення візуальних композицій. Відповідно, typeface (гарнітура) – це сімейство шрифтів, які мають спільні риси дизайну, але відрізняються накресленням, розміром і шириною. Наприклад, шрифт Arial це typeface, 12pt Arial Bold (рис. 3).

1. Arial 2.Bold

Рис. 3. 1 – Typeface (гарнітура); 2 – Type font
Джерело: URL: <https://www.seobanda.com/uk/blog/fonts-in-design/>

Основним завданням та метою типографіки є покращення чіткості, читаності та привабливості тексту. Потрібно враховувати різницю між визначеннями «упізнаваність», «читаність», «легкість читання». Розуміння терміну упізнаваності досить широке і стосується не тільки текстової інформації, а й графічних елементів. Можемо оцінювати, наскільки добре запам'ятовується логотип компанії, фірмовий знак або навіть окремий символ. Що стосується читаності, то зазвичай її визначають для шрифтів, окремих літер та цілих написів. Назвемо основні чинники комфорту читання: якість і колір паперу, на якому надруковано видання; шрифтова гарнітура та колір шрифту; розмір полів; інтерліньяж; оформлення абзаців; відстань між словами та між літерами; довжина рядків; рівень освітлення, кількість джерел світла тощо. Якість процесу читання можна оцінювати за характеристиками комфорту або зручності читання, за швидкістю зчитування та сприйняття інформації [1]. Важливим показником для комфортності читання є ширина рядка тексту, яка в ідеалі становить – 50-70 знаків. Інакше «швидкість читання сповільнюється, а стомлюваність – підвищується. Для утримання погляду на текстовій колонці сторінки та усунення мимовільних переводів погляду на сусідні колонки розмір полів повинен бути не менше 10% від ширини текстового рядка, практично достатньо 7-10 символів. Занадто малі відстані між символами та рядками також значно знижують комфортність сприйняття інформації» [3].

Легкість читання (readability) – «це характеристика, що є важливою для текстів великого обсягу, які потрібно читати повністю, а також набірних чи книжкових шрифтових гарнітур» [1]. Для забезпечення високої читаності тексту необхідно враховувати кілька факторів: розмір шрифту (він має бути достатньо великим для зручного сприйняття), його дизайн (шрифт повинен бути нейтральним і не відволікати увагу), контраст між текстом і фоном (класичний варіант – чорний текст на білому фоні), відстань між літерами та рядками (вона повинна бути оптимальною для зорового сприйняття), а також ширину рядка (вона має бути такою, щоб читач міг легко слідувати за текстом). На рисунку 4 показано два варіанти шрифтового оформлення. Попри достатню візуальну чіткість, текст, розташований зліва, викликає у читача відчуття зорової напруги та вимагає більшої концентрації уваги.



Рис. 4. Зразки візуального порівняння шрифтів щодо читаності

Швидкість читання безпосередньо пов'язана з особливостями шрифту. Наприклад, наявність виносних елементів у літер, їхні форми та розміри впливають на те, як легко наш мозок сприймає текст. Латинський та кириличний алфавіти мають різну будову, що впливає на швидкість читання. Кириличний алфавіт, з його прямими лініями, може здаватися менш плавним для читання порівняно з латинським з його округлими формами та символами з кутами та крапки над літерами «і», «ј».

Крім того, шрифти впливають на розбірливість текстової інформації. Термін розбірливості шрифту означає, наскільки легко розпізнати будь-яку букву на сторінці [3]. З представлених шрифтів лівий помітно переважає за рівнем читаності (рис. 5).



Рис. 5. Зразки порівняння розбірливості шрифтів

Сьогодні існують два протилежні погляди на те, як створити легко читаний текст. Прихильники класичної швейцарської типографіки вважають, що головне – швидка передача інформації. Тому вони пропонують використовувати універсальні шрифти, які не відвертають увагу від змісту. Дизайнери швейцарської школи А. Хофман, Г. Матерія, К. Герстне та інші стали використовувати абсолютно нові шрифти, котрі створюють настрій. Великі, чорно-білі, геометричні та літерні композиції, фотографії та різні тексти, поєднані з цими елементами, привертають загальну увагу та краще сприймаються глядачем (рис. 6).



Рис. 6. Приклад швейцарського стилю у графічному дизайні
Джерело: URL: <https://brand-guideline.com/swiss-style-of-graphic-design/>

Широкий вжиток шрифту Times New Roman був результатом пошуку універсального та естетичного дизайну. Схожа ситуація зі шрифтом Helvetica, який зараз вважається застарілим і поступово виходить з використання.

Розвиток цифрових технологій спричинив формування нового підходу до друкарської підготовки видань. Видавці та фахівці усвідомили, що тираж та характеристики аудиторії значно впливають на вибір шрифту та загальне оформлення тексту. Зокрема, для невеликих накладів легкість читання може бути не настільки пріоритетною, як для видань з великими тиражами, орієнтованих на широку аудиторію. Наприклад, оформлення масових журналів зазвичай передбачуване та досить консервативне, оскільки воно має відповідати очікуванням цільової соціальної групи. Проте, існують специфічні видання, зокрема журнали для дизайнерів, які прагнуть до оригінальності та експериментів з формою. Одним із найвідоміших прикладів такого радикального відходу від традиційної типографіки є «швейцарський панк» Вайнгартена. Цей напрям характеризується свідомим порушенням правил типографського дизайну, експериментами з розміром шрифту, інтерліньяжем і розташуванням тексту на сторінці з метою виходу за межі звичного образу та створення провокаційного візуального ефекту (рис. 7).



Рис. 7. Приклади «швейцарський панк» у дизайні: а – східцева верстка Вангарта; б – «швейцарський панк» Девіда Карсона. Джерело: URL: <https://blog.romashin-design.com/volfgang-vajngard-nachalo-konca-klassicheskoy-tipografiki.html>

Найбільш відомий своїми новаторськими експериментами в галузі типографіки є Девід Карсон. Робота над журналом Ray Gun дозволила йому розробити новий стиль, який отримав назву гранж (рис. 8). Гранж у типографіці характеризується відмовою від традиційних правил, використанням нестандартних шрифтів та ефектів, що створює відчуття недбалості й автентичності через неакуратні мазки, плями, ознаки старіння, поєднання різних стилів.



Рис. 8. Приклади робіт Д. Карсона в журналах Beach Culture та Ray Gun
Джерело URL: <http://www.designishistory.com/1980/ray-gun/>

Шрифт – це, насамперед, інструмент, що допомагає ефективно передавати інформацію. Він впливає на читаність тексту, його сприйняття та запам'ятовування. Тому важливо підбирати шрифт відповідно до змісту та аудиторії. Неправильний вибір може призвести до втрати важливих деталей і спотворення основного інформаційного посилу повідомлення.

Процес вибору шрифту складається з чотирьох етапів. Головним завданням першого етапу є опрацювання змісту майбутнього дизайн-проєкту. Цей етап вимагає визначення мети проєкту, структури тексту та способу відтворення інформації. Другий етап передбачає вибір основного шрифту, який має бути пріоритетним у подачі значного обсягу інформації. Він повинен відповідати наступним вимогам: при невеликих розмірах бути читаним та розбірливим, бути менш стилізованим, ніж заголовки, мати декілька накреслень, не бути занадто великого розміру, забезпечувати комфорт читання. Третій етап – вибір шрифтових пар для заголовків, які відповідають за ієрархію подання матеріалу. При розробленні дизайну важливо гармонійно поєднати шрифт заголовка з основним текстом. Заголовок повинен не тільки привернути увагу, але й створити єдину композицію з іншими елементами дизайну. Щоб знайти ідеальний шрифт для заголовка, необхідно підібрати 3-4 базових варіантів, які зможуть передати унікальність рішення та забезпечити можливість експериментування. Завершальний четвертий етап передбачає вибір шрифту для оформлення заголовка, який найкраще

буде поєднуватись з основним шрифтом. При цьому діє обмеження однієї гарнітури для основного тексту та трьома різними для заголовків різних рівнів. За допомогою експерименту з розміром та кеглем у виділені основного тексту та другорядного в ієрархії можна створити більш цілісний і впізнаваний образ текстової інформації.

Висновки. Запропонована тематика дослідження та первісний аналіз проблеми довів, що утворення шрифтових композицій – це мистецтво викликати запрограмовані емоції цільової аудиторії. Кожен шрифт – це інструмент, який допомагає донести повідомлення, зробити успішним дизайн-проект. Оцінкою якості та ефективності підбору шрифту – є його читаність та розбірливість, що досягається балансом між стилем оформлення, типографікою, легкістю сприйняття текстової інформації.

Отже, головне правило при виборі шрифтів – забезпечити комфортне читання. Читаність завжди переважає над естетикою. Попри те, що дизайнерський потенціал шрифтів є величезним, пріоритетом завжди має залишатися забезпечення оптимальних умов для сприйняття інформації. Наукові дослідження в галузі типографіки підтверджують, що читаність тексту – це ключовий фактор, який впливає на ефективність комунікації та якість дизайну. Подальший розвиток шрифтів та типографіки напругу пов'язаний із розвитком цифрових технологій, психологією сприйняття тексту та варіативним соціальним замовленням.

Список використаної літератури

1. Бережна О. Б., Андрищенко Т. Ю. Типографіка : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 125 с. URL: <http://surl.li/whvgfm>.
2. Важливість вибору шрифту в дизайні інтерфейсів. URL: <https://www.seobanda.com/uk/blog/fonts-in-design/>
3. Васильєв О. С., Колосніченко О. В. Васильєва І. В. Шрифт як елемент дизайну веб-сайта комерційного підприємства. URL: <http://surl.li/ksplrg>.
4. Денисенко Ю., Мазніченко О., Колесникова П. Типографіка як основа дизайну друкованих видань. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21110/1/APSD_2022_V2_P083-086.pdf.
5. Ісмайлова М. С. Шрифт як основний засіб формоутворення візуальнообразної мови типографіки в дизайні поліграфічної рекламної продукції періоду раннього модернізму. *Вісник Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв*, 2016. № 5. С. 24-32.
6. Криштопайтіс В. В. Класична типографіка друкованих видань в умовах цифрового набору: функціональні та естетичні аспекти : автореф. дис. ... канд. миств.: 17.00.07. Харків, 2011. 20 с.
7. Никоненко Т., Османли Л., Поліщук О., Прокопівнюк Н. Відмінності шрифтового оформлення електронних і друкованих видань. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16115/1/APSD2020_V2_P093-096.pdf.
8. Пасічний А. М. Образотворче мистецтво: *словник-довідник*. Тернопіль : «Навчальна книга – Богдан», 2008. 51 с.
9. Сивоус Ю. В., Левицька Р.Р. Історія, види, аспекти та принципи дизайну. URL: <http://surl.li/cyevwg>.
10. Складенко Н. В., Колосніченко О. В., Єжова О. В., Чупріна Н. В., Струмінська Т. В., Лю Хуамей. Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and Design*. 2022. № 3. С. 120-139.
11. Фіголь О. Історія зародження і розвитку дизайну. *Пластичне мистецтво*. 2002. № 1. С. 41-45.
12. Шрифти та їх застосування в дизайні етикетки і упаковки. URL: <https://tcd.kyiv.ua/uk/shrifti-ta-yih-zastosuvannya-v-dizaini-etiketki-i-upakovki/>.
13. Як створити розмір шрифту для літніх людей: систематичний огляд літератури за допомогою мобільного пристрою. URL: <http://surl.li/clyhso>.
14. Does print size matter for reading? A review of findings from vision science and typography. URL: <https://jov.arvojournals.org/article.aspx?articleid=2191906>.
15. Shved Oksana Vladimirovna Chapter 7. Visual Communication in Contemporary World. URL: <http://surl.li/tmncasc>.

Reference

1. Berezhna O. B., Andriushchenko T. Yu. Typohrafika : navchalnyi posibnyk. Kharkiv : KhNEU im. S. Kuznetsia, 2021. 125 s. URL: <http://surl.li/whvgfm>
2. Vazhlyvist vyboru shryftu v dyzaini interfeisiv. URL: <https://www.seobanda.com/uk/blog/fonts-in-design/>
3. Vasyliiev O. S., Kolosnichenko O. V. Vasyliieva I. V. Shryft yak element dyzainu veb-saita komertsiiinoho pidpriemstva. URL: <http://surl.li/ksplrg>
4. Denysenko Yu., Maznichenko O., Kolesnykova P. Typohrafika yak osnova dyzainu drukovanykh vydan. URL: <http://surl.li/pmtxcz>
5. Ismailova M. S. Shryft yak osnovnyi zasib formoutvorennia vizualnoobraznoi movy typohrafiky v dyzaini polihrafichnoi reklamnoi produktsii periodu rannoho modernizmu. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*. 2016. № 5. S. 24-32.
6. Kryshchapaitis V. V. Klyasychna typohrafika drukovanykh vydan v umovakh tsyfrovoho naboru: funktsionalni ta estetychni aspekty : avtoref. dys. ... kand. mystetstvovnavstva: 17.00.07. Kharkiv, 2011. 20 s.

7. Nykonenko T., Osmanly L., Polishchuk O., Prokopyvniuk N. Vidminnosti shryftovoho oformlennia elektronnykh i drukovanykh vydan. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16115/1/APSD2020_V2_P093-096.pdf
8. Pasichnyi A.M. Obrazotvorche mystetstvo: slovnyk-dovidnyk. Ternopil : «Navchalna knyha – Bohdan», 2008. 51 s.
9. Syvovs Yu. V., Levytska R. R. Istoriia, vydy, aspekty ta pryntsy py dyzainu. URL: <http://surl.li/cyevwg>
10. Skliarenko N. V., Kolosnichenko O. V., Yezhova O.V., Chuprina N. V., Struminska T. V., Liu Khuamei. Rozrobka reklamnoho plakatu yak aktualnoho zasobu adaptivnoi vizualizatsii sotsialnykh problem. *Art and Design*. 2022. № 3. S. 120-139.
11. Fihol O. Istoriia zarodzhennia i rozvytku dyzainu. *Plastychnе mystetstvo*. 2002. № 1. S. 41-45.
12. Shryfty ta yikh zastosuvannia v dyzaini etyketky i upakovky. URL: <https://tcd.Kyiv.ua/uk/shrifti-ta-yih-zastosuvannya-v-dizajni-etiketki-i-upakovki/>
13. Yak stvoryty rozmir shryftu dlia litnykh liudei: systematychnyi ohliad literatury za dopomohoiu mobilnoho prystroiu. URL: <http://surl.li/clyhso>
14. Does print size matter for reading? A review of findings from vision science and typography. URL: <https://jov.arvojournals.org/article.aspx?articleid=2191906>
15. Shved Oksana Vladimirovna Chapter 7. Visual Communication in Contemporary World. URL: <http://surl.li/tmnasc>

**THE ROLE OF TYPE IN CREATING EFFECTIVE DESIGN :
FONT SELECTION AND ITS IMPACT ON READABILITY**

Yarovi Volodymyr – Candidate of Architecture (Ph. D),

Professor at the Department of Design Information Technologies and Design
Odesa Polytechnic National University

Bieliavska Oksana – Candidate of Architecture (Ph. D),

Associate Professor at the Department of Design Information Technologies and Design,
Odesa Polytechnic National University

The role of font in creating effective design as a crucial component of a holistic visual image has been investigated. It has been established that one of the most important elements of effective design is the correct choice of font for presenting textual information and ensuring its readability. The main approaches to font selection for ensuring text readability have been analyzed. It has been stated that to ensure high text readability, a group of factors is taken into account: font size, its design, contrast between text and background, spacing between letters and lines, and line width. The concepts of «recognizability», «readability», and «ease of reading» have been characterized and the difference between their meanings has been defined. The font selection process, consisting of four stages, has been presented. It is noted that the further development of font selection and typography is associated with the development of digital technologies, the psychology of text perception, and social demand.

Key words: font, typographic design, design, readability, visual communication

UDC 7.05 : 766

**THE ROLE OF TYPE IN CREATING EFFECTIVE DESIGN :
FONT SELECTION AND ITS IMPACT ON READABILITY**

Yarovi Volodymyr – Candidate of Architecture (Ph. D),

Professor at the Department of Design Information Technologies and Design
Odesa Polytechnic National University

Bieliavska Oksana – Candidate of Architecture (Ph. D),

Associate Professor at the Department of Design Information Technologies and Design,
Odesa Polytechnic National University

This paper aims to systematize knowledge about the role of fonts in design, to define the basic principles of font selection, and to analyze the impact of different font types on readability and text perception.

Research methodology. The research employed a methodology of systematization and ordering of scientific and theoretical material; a typological method aimed at identifying the features of font selection for creating effective design and determining their impact on readability; methods of induction, deduction, and analogy; and a comparative analysis method to identify differences between various font types.

Scientific novelty. The study investigated the role of fonts in creating effective design as a crucial component of a holistic visual image; analyzed the main approaches to font selection for ensuring text readability; identified the key factors ensuring high text readability; characterized modern approaches to text creation such as classic Swiss typography, «Swiss punk», and grunge; and presented a four-stage font selection process.

Practical significance. The material expands the information about font selection for ensuring effective design and improving the readability of textual materials in design projects.

Key words: font, typography, design, readability, visual communication.

Надійшла до редакції 30.10.2024 р.