

Конспект к уроку 11 подбор шрифтов

ЕСЛИ КЛИЕНТ НАСТАИВАЕТ НА ТОМ, ЧТОБЫ СНАЧАЛА СДЕЛАТЬ ЛОГОТИП ОТДЕЛЬНО, ТО МЫ НЕ СПОРИМ, НО ПРЕДУПРЕЖДАЕМ О РИСКАХ.

ДВЕ БОЛЬШИЕ ГРУППЫ ШРИФТОВ:
ТЕКСТОВЫЕ И АКЦИДЕНТНЫЕ

ХОРОШИЙ ТЕКСТОВЫЙ ШРИФТ ДОЛЖЕН БЫТЬ РЕГУЛЯРНЫМ, РАВНОМЕРНО ЗАПОЛНЯТЬ СТРОКУ, МЫ НЕ ДОЛЖНЫ СПОТЫКАТЬСЯ ИЛИ ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ НА КРАСОТУ БУКВ.

К НАЧАЛУ ПОИСКА ШРИФТА МЫ УЖЕ ДОЛЖНЫ ЗНАТЬ СПИСОК НОСИТЕЛЕЙ ДЛЯ НАШЕГО БРЕНДА

Ограничения, от которых можно отталкиваться при выборе шрифтов, по версии А. Корольковой и не только:

1. По дальности чтения (нужно подбирать шрифты с увеличенным внутрибуквенным пространством, увеличенными строчными)
2. По времени (максимальная различимость знаков, увеличенное внутрибуквенное и (возможно) межбуквенное пространство)
3. По разрешению экрана (увеличенная апертура, увеличенное межбуквенное пространство)
4. По печати (увеличенные строчные)
5. По месту (подойдёт более узкий шрифт)

ДЛЯ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ БУДУТ УДОБНЫМИ ШРИФТЫ С БОЛЬШИМ КОЛИЧЕСТВОМ НАЧЕРТАНИЙ

ПРИ ПОКУПКЕ ШРИФТОВ ЧИТАЙТЕ
УСЛОВИЯ ЛИЦЕНЗИИ, ПОТОМУ ЧТО
УСЛОВИЯ У ВСЕХ РАЗНЫЕ

ПЛЮС ХОРОШЕГО ШРИФТА В ТОМ,
ЧТО ЕГО МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ
БЕЗ ДИЗАЙНА

ПРИ ПОДБОРЕ ШРИФТОВОЙ ПАРЫ,
НУЖНО ЧТОБЫ ПРИРОДА ШРИФТОВ
БЫЛА ЛИБО ОДИНАКОВАЯ, ЛИБО
АБСОЛЮТНО РАЗНАЯ ПО МАКСИМУМУ
ПАРАМЕТРОВ

ЧЕМ БОЛЬШЕ СВЯЗЕЙ В ШРИФТОВОЙ
ПАРЕ ПО ПАРАМЕТРАМ, ТЕМ ЛУЧШЕ

ПРИ ПОДБОРЕ ШРИФТА К ИЗОБРАЖЕ-
НИЯМ (ИЛИ НАОБОРОТ) НЕ СМОТРИТЕ
НА СЮЖЕТ КАРТИНОК/ФОТО,
А СМОТРИТЕ НА ПАРАМЕТРЫ ФОТО:
КОМПОЗИЦИОННЫЕ И ГРАФИЧЕСКИЕ

желаю богатых клиентов,
чтобы у них были деньги
на шрифты))

@borboris_design