

### Список використаних джерел:

1. Ильина О. В., Бондарева К. Ю. Цветоведение и колористика: учебное пособие / ГОУ ВПО СПбГТУРП. – СПб., 2008. – 120 с.
2. Психологія кольору [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://blog.kissmetrics.com/color-psychology/>
3. Вундт В. Основы физиологической психологии. – М., 1880. – 589 с.

### Компанєєтс М.О.

*аспірант,*

*Київський національний університет культури і мистецтв*

## ТИПОГРАФІЧНІ ПРИНЦИПИ У ВЕБ-ДИЗАЙНІ

Сьогодні Інтернет має величезний вплив на різноманітні сфери людської діяльності, а також є незамінним джерелом інформації для багатьох людей. А головною складовою інформаційної структури Інтернету є веб-сайти, які теж мають свою структуру та певні візуальні елементи, з яких вони складаються. До цих елементів відносяться навігація, графіка і текст, які в свою чергу теж мають свої специфічні складові. А оскільки більшу частину сайту найчастіше складає саме текст, то важливого значення набуває те, як він сприймається користувачем, тому що від цього залежить здатність цього тексту передавати закладену в нього інформацію. В цьому плані веб-сайти дуже схожі зі звичайними друкованими виданнями, на що і вказує Д. Бородаєв:

«З'ясовано, що найближчими до веб-сайту інформаційними об'єктами є друковані видання. Процеси створення книги (чи будь-якого іншого друкованого видання) та веб-сайту мають однакову послідовність, де основними етапами діяльності є інформаційне проектування, візуальне оформлення, технологічне впровадження (для веб-дизайну – програмування).

Виявлено, що веб-дизайн успадковує від книговидавництва засоби оформлення та подання інформації, що зумовлено як багатовіковими традиціями типографіки, так і прагненням максимально наблизити зовнішній вигляд веб-сайту до звичних споживачеві друкованих видань, апелюючи до навичок «читання з аркушу». Разом з тим веб-дизайн відрізняється від друкованих видань засобом оформлення та подання інформації, що зумовлено як самим носієм інформації (комп'ютер), так і пов'язаними з ним технічними й технологічними обмеженнями і засобами оформлення інформації. Принципова різниця полягає в контрасті та специфіці фізичної та віртуальної інформаційної презентації» [3, с. 15].

В процесі проектування веб-сайту, треба приділяти достатньо уваги не тільки стандартним принципам типографіки, а також і додатковим типографічним принципам, які діють в Інтернеті, щоб веб-сайт міг ефективно виконувати свою функцію передачі інформації. І деякі з таких принципів розглядає А. Борисенко:

«За допомогою шрифтів можна вирішити цілий ряд завдань. Наприклад, різними шрифтами виділити окремі, не пов'язані між собою блоки тексту, заголовки, а накресленням – виноска і цитати. Загальні правила дизайну друкованої продукції застосовуються і в Web-просторі. Однак не рекомендується використовувати велику кількість гарнітур шрифтів і їх розмірів, в результаті чого втрачається загальна стилістика, а часто і читабельність. Не слід використовувати всі гарнітури шрифтів тільки тому, що вони у вас є. Web-дизайн повинен ґрунтуватися на шрифтах, які встановлені на комп'ютерах користувачів. Якщо на сторінці використовується шрифт, який відсутній у відвідувача, то браузер підставить замість нього інший шрифт, встановлений для нього за замовчуванням. В результаті цього сторінка буде виглядати не так, як ви задумували. При роботі зі шрифтами враховуйте наступні правила створення дизайну:

- не використовуйте більше трьох шрифтів;
- застосовуйте тільки доступні для користувачів шрифти;
- створюйте чіткий і зрозумілий дизайн;
- не використовуйте текст у вигляді графічних зображень» [2, с. 143].

П. Макінтайр звертає увагу на те, що добре розроблена типографіка зазвичай прозора, тобто, якщо це розбірливий шрифт з розміром і кольором, які відповідають фону, на якому він знаходиться, то читач навіть не помічає його. Тим не менш, типографіка впливає на те, чи буде відвідувач сайту читати текст, а також на те, як він сприйматиме веб-сайт. Тому вибір відповідних шрифтів і контроль їх відображення має велике значення для передачі повідомлення [4, с. 300].

Для того, щоб забезпечити адекватне сприйняття тексту і підтримати зацікавленість читача, підбір шрифтів потрібно здійснювати з урахуванням використовуваних основних елементів тексту. С. Бердишев до них відносить [1, с. 58]:

- текст документа;
- заголовок;
- девіз, слоган, цитата;
- контактні дані.

Далі науковець розглядає певні принципи використання шрифтів, які пов'язані з вищезазначеними текстовими елементами:

«Базовий текст документа бажано набирати кеглем 10-14. Це область стандартних рішень: легко прочитувані шрифти, переважно без засічок: Arial, Helvetica, Times New Roman. Заголовок рекомендується виконувати більшим шрифтом, що привертає увагу. В даному випадку можна побавитись важко прочитуваним шрифтом з неординарною гарнітурою (Helvetica, Tahoma, Arial – без засічок, Baltica – із засічками).

Девізи, слогани і цитати прийнято набирати шрифтами, які на 1-2 пункти менші базового тексту. Оскільки літери такого розміру маленькі, то їх краще пускати шрифтом без засічок – Helios, Helvetica, Arial, Tahoma. Показано пускати текст цитат курсивом, а слоганів – ще і напівжирним курсивом, щоб він став більш помітний.

Контактні дані включають в себе адреси, телефони, імена і тому подібну інформацію. Зазвичай ці відомості набираються шрифтом, який на 1-2 пункти більший базового тексту, але допустимо пускати їх таким же за розміром, однак при цьому з напівжирним накресленням» [1, с. 58].

Також С. Бердишев зазначає, що той чи інший шрифт за своїм графічним виконанням здатний викликати у читача певні асоціації, які розумний веб-дизайнер використовує для посилення ефекту, що сайт справляє на користувача. Назва гри, гучна реклама, дружнє оголошення, строгий звіт, суха інформаційна записка – всі вони потребують старанно підібраних шрифтів [1, с. 59].

Отже, формування структури текстової складової веб-сайту, а також її графічне виконання набувають великого значення в процесі проектування сайту, оскільки більша частина інформації на сайті найчастіше представлена саме в текстовій формі. Маніпулюючи різними характеристиками шрифтів, такими як розмір, вага, колір, текстура, форма, напрямок, ритм і т. д., можна створити акцент, типографічний контраст або інші ефекти, які допоможуть передати текстову інформацію користувачу в потрібній формі і справити на нього потрібний емоційний вплив. Але для того, щоб цього досягти, потрібно пам'ятати не тільки про базові принципи типографіки, а й про додаткові типографічні принципи, зумовлені розвитком Інтернету.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бердишев С. Н. Искусство оформления сайта. Практическое пособие / С. Н. Бердишев. – Дашков, 2009. – 100 с.
2. Борисенко А. А. Web-дизайн. Просто как дважды два / А. А. Борисенко. – М.: Эксмо, 2008. – 320 с.
3. Бородаев Д. В. Веб-сайт як об'єкт графічного дизайну : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 05.01.03 / Д. В. Бородаев. – Харківська державна академія дизайну і мистецтв. – Харків, 2004. – 20 с.
4. McIntire, Penny. Visual Design for the Modern Web. Berkeley: New Riders, 2008, 352 p.

**Мединец М.В.**

*аспірант,*

*Харьковский национальный университет строительства и архитектуры*

#### **ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДИФИКАЦИЯ УЛИЦЫ СУМСКОЙ И ИЗМЕНЕНИЕ ЕЕ АРХИТЕКТУРНОГО ОБЛИКА В 1920-1930 ГОДАХ**

В начале двадцатого века Харьков был губернским городом. Улица Сумская занимала центральное положение на возвышенности между реками Харьков и Лопань, она возникла одновременно с Харьковской крепостью как дорога на Сумы. Долгое время за Университетским садом был пустырь, а интенсивная застройка улицы началась в первые годы XIX века, после прокладки шоссейной дороги между Харьковом и Курском. Улица,