

УДК 655.24/366.65

О.Ю. ТИХОНОВА, И.Ю. РЕЗНИЧЕНКО, И.Л. СЕЛЬСКАЯ

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К МАРКИРОВОЧНЫМ ШРИФТАМ

Предпочтения потребителя к товару формируются при удовлетворении ряда требований, в том числе одним из основных критериев является информация о товаре, вынесенная на этикетку. В настоящее время разработаны и действует ряд нормативных документов, регламентирующих требования к маркировке пищевых продуктов, информации, выносимой на этикетку. В тоже время недостаточно уделяется внимания маркировке пищевых продуктов, а именно ее доступности или читаемости. Одним из наиболее значимых критериев доступности текста маркировки для прочтения является шрифт, который определяется как количественной характеристикой – размером, так и качественной – видом шрифта. При этом выбор гарнитуры шрифта – это достаточно серьезное решение, поскольку он определяет степень доступности и элементарной разборчивости информации на этикетке. Исследования специалистов в данной области показывают, что некоторые шрифты читаются легче, чем другие, независимо от сверстки. В настоящей статье проанализированы существующие свойства и базовые характеристики шрифтов, используемых в печати, методом систематизации выделены основные классификационные признаки и свойства, присущие именно маркировочным шрифтам.

Ключевые слова: маркировка пищевой продукции, доступность, читаемость, размер и вид шрифта, базовые характеристики, свойства шрифтов.

Маркировка пищевых продуктов является значимым элементом в системе управления качеством и безопасностью пищевой продукции, а кроме того она является единственным источником информации о товаре и его свойствах [2, 7]. Общепринято маркировка должна быть доступной, достоверной и достаточной [4]. Достоверность и достаточность регулируются действующим законодательством [11], показатель доступности же определяется лишь соответствующей языковой принадлежностью месту продаж. Исследования показали, что доступность целесообразней определять несколько шире, чем указанная трактовка, а именно в разрезе доступности текста для быстрого и легкого прочтения.

В этой связи на основании исследования потребительских предпочтений [5] были сформированы показатели, с помощью которых можно определить степень доступности маркировки пищевой продукции [6], среди которых одним из наиболее значимых является шрифт.

Цель исследования – провести анализ основных характеристик шрифтов, используемых для печати, а также выявить свойства, которыми должны обладать шрифты для использования их в маркировке пищевых продуктов. Были выделены следующие задачи: провести анализ основных характеристик шрифтов, используемых для печати; выявить характеристики, которые должны быть присущи шрифтам, используемым для нанесения маркировки пищевых продуктов.

Объект исследования – маркировка пищевых продуктов, предмет исследования – показатель шрифта. Для проведения исследования использовали методы анализа и систематизации.

Требованиями Технического регламента [14] маркировка трактуется, как информация о товаре и его свойствах, при этом данная информация может быть представлена как в виде текста, так и в виде других различных символов – знаки, цифровые обозначения, рисунки. Наноситься маркировка может на потребительскую или транспортную упаковку, а также на любой другой вид носителя информации, прикрепленный к потребительской упаковке и (или) к транспортной упаковке, или помещенный в них либо прилагаемый к ним.

Существующая ориентация на соотношение текста в маркировке и других обозначений определяет, что на 50-70% это должен быть текст, остальная площадь маркировки предназначена для нанесения графических изображений, рисунков, а также информационных знаков [13].

Кроме того, в отношении степени доступности и понятности текст также занимает лидирующее положение, поскольку способен наиболее объемно представить информацию о товаре, с большей вероятностью ее однозначного и четкого толкования. Это обуславливает особую значимость текста при нанесении маркировки на товар.

Для обеспечения доступности маркировки шрифт занимает одно из наиболее значительных мест, поскольку он несет как количественную (размер шрифта), так и качественную (вид шрифта) характеристику текста. В настоящее время выделяют следующее определение шрифта: «шрифт – это графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определенного размера и рисунка» [3, с. 23]. Кроме того, существуют следующие базовые характеристики шрифтов [9]:

– базовая линия – это воображаемая линия, которая находится по нижнему краю символа, при этом литера как будто лежит на ней;

– кегль или размер – это величина площади, занятой одной буквой (литерой), при этом кегль задает не фактическую высоту буквы, а высоту строки, которая складывается из высоты буквы и свободного пространства до и после буквы. Для количественной характеристики размера используют систему Дидо (принятую в РФ) или систему Пика (англо-американская система). В том и ином случае в качестве единицы измерения используют пункты, каждый из которых по первой системе равен 0,376 мм, а по второй – 0,352 мм. Исходя из вышесказанного и с учетом минимального размера шрифта 1 мм (рекомендованного), в маркировке пищевых продуктов должен использоваться шрифт минимальным размером в 3 пункта (бриллиант);

– ширина – это ширина печатных символов (нормальные, узкие и широкие).

Кроме того, по ширине выделяют шрифты пропорциональные и моноширинные. При этом пропорциональные шрифты – это символы разной ширины, а моноширинные отображают символы постоянной или фиксированной ширины, другими словами моноширинные шрифты – это шрифты, в которых отведена одинаковая площадь для начертания символов, их знаки выстраиваются в четкие, ровные колонки.

Характеристики некоторых видов шрифтов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика некоторых видов шрифтов

Вид шрифта	Описание шрифта	
Arial	шрифт без засечек	пропорциональный
Arial Black	шрифт без засечек	пропорциональный
Comic Sans MS	шрифт без засечек	пропорциональный
Times New Roman	шрифт без засечек	пропорциональный
Courier New	шрифт с засечками	моноширинный
<i>Monotype Corsiva</i>	шрифт с засечками	моноширинный

При этом специалисты в данной области выделяют именно пропорциональные шрифты, поскольку они считаются более удобными для прочтения, и в этой связи используются в профессиональных полиграфических изданиях, а также при оформлении документов [10]. В случае с маркировкой продовольственных товаров данная характеристика является довольно актуальной, поскольку потребитель читает маркировку в основном в предприятии торговли, поэтому быстрота, удобство и легкость прочтения при данных условиях являются значимыми аспектами.

– начертание – данная характеристика шрифта включает: насыщенность, пропорции, контрастность и наклон знаков. Наиболее распространенные начертания – Normal (обычный), Bold (полужирный), Italic (курсив или наклонный), Bold Italic (полужирный курсив или наклонный), Condensed (узкий) и Extended (широкий) [10]. В отношении маркировки пищевых продуктов наиболее оптимальными являются шрифты начертания Normal (обычный) при наибольшей контрастности основного фона и шрифта, Bold (полужирный) при средней контрастности основного фона и шрифта, поскольку они являются наиболее читаемыми. Начертания Italic (курсив или наклонный), Bold Italic (полужирный курсив или наклонный) использовать нецелесообразно, поскольку исследования свидетельствуют, что текст, который набран прописными буквами способствует замедлению скорости чтения, более того по площади исполнения занимает больше места до 50%, при этом курсив читать труднее, чем шрифт прямого начертания [6]. У узких шрифтов Condensed также отмечается ухудшение читаемости, а с учетом малого размера символов в тексте маркировки это является неблагоприятным аспектом. В свою очередь шрифты широкого начертания являются неэкономичными за счет увеличения ширины символов, что делает их использование в маркировке пищевых продуктов нерациональным.

– насыщенность – данная характеристика обусловлена толщиной и ее изменением основных и соединительных штрихов одноименных знаков в различных начертаниях и может меняться от светлой (Light) до сверхжирной (Ultra Bold). В отношении маркировочных шрифтов целесообразно не использовать ненасыщенные шрифты, поскольку это может отразиться на различимости текста при разных условиях прочтения (освещение);

– контрастность – одна из основных характеристик шрифтов, которая определяется отношением толщины соединительных и основных штрихов знаков, могут иметь границы от не-контрастных до сверхконтрастных (соотношении основных линий и соединительных: 1/1 и 1/3 соответственно). В отношении маркировки целесообразно использовать неконтрастные или умеренно-контрастные шрифты (соотношение основных и соединительных линий от 1/2 до 2/3).

Несмотря на то, что многие специалисты высказываются в отношении неконтрастных шрифтов отрицательно, утверждая, что данные шрифты очень однообразны и монотонны, что снижает их удобочитаемость, эти высказывания приводятся в разрезе печатных изданий и книг, что предполагает продолжительное время прочтения. В маркировке пищевых продуктов текст относительно краткий, поэтому данные неконтрастные шрифты могут подойти для данного вида деятельности (маркирования);

– гарнитура – это совокупность разных по кеглю и начертанию, но одинаковых по характеру рисунка шрифтов, другими словами это семейства шрифтов. Выбор гарнитуры должен производиться при учете всех указанных характеристик, присущих маркировочным шрифтам;

– засечки – это небольшие элементы на концах штрихов букв, в качестве примера можно привести Times New Roman. При этом исследования показывают, что шрифт с засечками увеличивает читабельность текста в 5 раз [12]. Кроме того, выделяют рукописные, альтернативные и декоративные шрифты, однако данные виды шрифтов при минимальном размере символов в маркировке становятся практически нечитаемыми [15];

– комплектность – это свойство характеризуется полнотой знаков, которые необходимы для набора текста: текстовые и цифровые символы, знаки препинания и т.д.;

– кернинг и трекинг – это атрибуты символов, которые характеризуют расстояние между ними, другими словами межсимвольные пробелы (увеличение/уменьшение). Данные атрибуты обязательны для повышения качества зрительного восприятия текста. При этом обычно кернинг используется в сторону уменьшения расстояния между символами, при котором выступающие элементы одного символа заходят в пространство другого [8]. Осуществляется кернинг в отношении пар символов, фирменные шрифты снабжены таблицами кернинга, то есть списком пар, для которых нужно сокращать пробел при наборе текста (например, ГО, ГА, АУ, Ст и т.д.).

Такой инструмент, как трекинг в печати используют для нескольких символов, а не для пар, как в кернинге, при этом сущность трекинга аналогична последнему – уменьшение (обычно) или увеличение расстояния между несколькими символами. Если трекинг задается только для пары элементов, он идентичен кернингу. Для маркировки пищевой продукции данные инструменты могут быть использованы лишь с условием, что при их применении не наступит ухудшение читаемости текста.

Кроме того, следует отметить, что выбор вида и размера шрифта должен распространяться на весь текст маркировки и не меняться, поскольку это может отвлекать потребителя и затруднить восприятие необходимой информации о товаре.

В результате систематизации полученных результатов можно сформировать общую схему свойств (классификационных признаков) маркировочных шрифтов, рисунок 1.

Таким образом, можно резюмировать, что на сегодняшний день существует огромное количество и разнообразие печатных шрифтов, используемых, как в типографии и полиграфии, так и в других областях. Однако они не все подходят для использования в маркировке пищевых продуктов, поскольку многие, как показывают исследования, обладают неудовлетворительной читаемостью и различимостью применительно к товарной информации (с учетом принципиального малого размера символов в тексте). А кроме того размер шрифта оказывает значительное влияние на удобство и легкость прочтения информации.

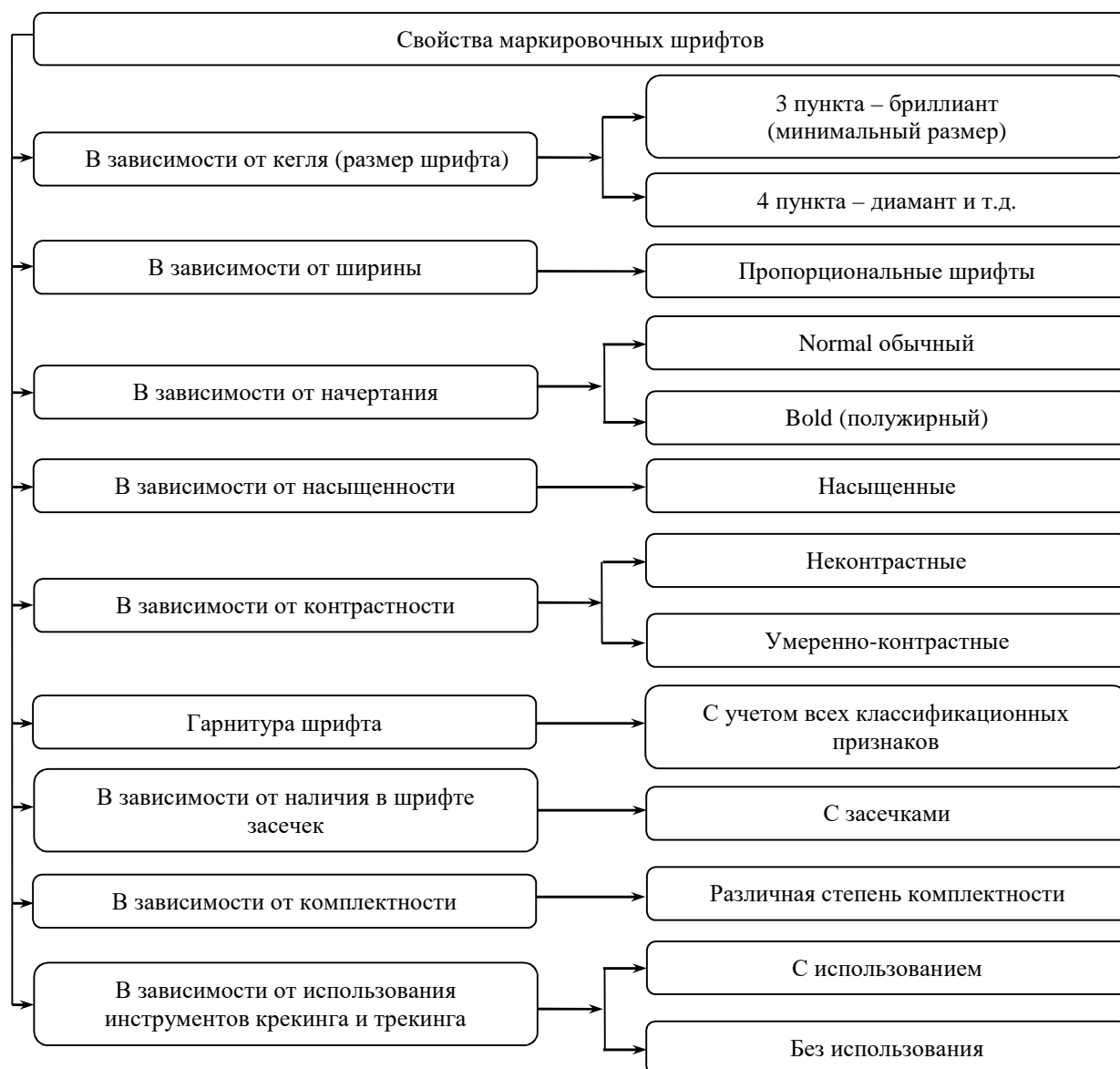


Рисунок 1 – Основные свойства и характеристики маркировочных шрифтов

Анализ основных характеристик, присущих шрифтам в целом, позволил выделить те, которыми должен обладать шрифт, предназначенный для использования в маркировке пищевых продуктов:

– в зависимости от кегля или размера шрифт должен быть не менее 3 пункта (по любой из рассмотренных систем);

– по ширине шрифт должен быть пропорциональным (символы разной ширины), поскольку он является наиболее удобочитаемым;

– в зависимости от начертания наиболее оптимальными для использования в маркировке являются шрифты Normal (обычный) при наибольшей контрастности основного фона и шрифта, Bold (полужирный) при средней контрастности основного фона и шрифта, поскольку они являются наиболее читаемыми;

– в зависимости от насыщенности шрифты должны быть насыщенными, поскольку это напрямую влияет на различимость символов;

– по контрастности шрифты для маркировки должны быть неконтрастными или умеренно-контрастными, сверхконтрастные шрифты с учетом малого размера символов будут неразборчивы;

– выбор гарнитуры шрифта должен осуществляться с учетом всех рассмотренных характеристик, необходимых для маркировочных шрифтов;

- шрифт должен быть с засечками, поскольку он более легко читается за счет четкого обозначения границ символов;
- в зависимости от комплектности, шрифт, используемый в маркировке может быть укомплектован в различной степени, как того определяют требования к перечню информации данного товара [1];
- инструменты кернинга и трекинга могут быть использованы, если они не влияют на ухудшение читаемости и доступности текста, а наоборот способствуют более легкому его восприятию.

При выборе вида и размера шрифта для маркирования пищевых продуктов с учетом всех выделенных свойств и характеристик доступность товарной информации значительно улучшится.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. – Введ. 2005-01-07. – М.: Издательство стандартов, 2004. – 28 с.
2. Влияние маркировки на конкурентоспособность товара / И.Ю. Резниченко, Н.В. Хохлова, Т.А. Горюшина, О.Ю. Тихонова, И.Л. Сельская // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2016. – № 2 (37). – С. 113-119.
3. Орехов, Н.Н. Шрифт: учебное пособие / Н.Н. Орехов. – М.: ФГОУ СПО «МИПК им. И.Федорова», 2016. – 172 с.
4. Николаева, М.А. Теоретические основы товароведения: учебник для ВУЗов. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 448 с.
5. Тихонова, О.Ю. Исследование потребительских предпочтений в отношении маркировки и оценки ее качества / О.Ю. Тихонова, И.Ю. Резниченко, Н.Н. Зоркина // Техника и технология пищевых производств. – 2015. – № 1. – С. 152-156.
6. Тихонова, О.Ю. Методы оценки показателей качества маркировки пищевых продуктов / О.Ю. Тихонова, И.Ю. Резниченко // Техника и технология пищевых производств. – 2015. – № 1. – С. 118-126.
7. Тихонова, О.Ю. Маркировка – фактор обеспечения качества товаров в процессе товародвижения / О.Ю. Тихонова, И.Ю. Резниченко // Теория и практика инновационной стратегии региона: сб. науч. тр. / Кемеровский институт (филиал) РГТЭУ. – Кемерово, 2015. – С. 123-126.
8. Несколько интересных фактов о кернинге / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/03/07/neskolko-interesnyh-faktov-o-kerninge/>
9. Основные характеристики шрифта / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/013/83474.php>
10. Параметры шрифтов / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.compgramotnost.ru/shrifty/parametry-shrifa>
11. О защите прав потребителей федер. Закон от 07.02.1992 г. № 2300-1 (по состоянию на 01.01.2013 г.) / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakonbase.ru/zakony/o-zashhite-prav/>
12. Самый читабельный шрифт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.blog-kaplunoff.ru/poleznosti/190-eto-interesno-samyj-chitabelnyj-shrift.html>
13. Структура маркировки и ее виды / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/172893/struktura_vidy_markirovki
14. Технический регламент Таможенного Союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vniis.ru/publications/detail/2279>
15. Шрифты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oformitelblok.ru/font.html>

Тихонова Ольга Юрьевна

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Кемеровский институт (филиал)
Кандидат технических наук, заведующий лабораторией товароведения и экспертизы потребительских товаров
650056, Россия, г. Кемерово, б-р Строителей, 47, E-mail: olga_tikhonova_76@mail.ru

Резниченко Ирина Юрьевна

Кемеровский технологический институт пищевой промышленности
Доктор технических наук, профессор кафедры товароведения и управления качеством
650056, г. Кемерово, б-р Строителей, 47, E-mail: office@kemtipp.ru

Сельская Ирина Леонтьевна

ОАО «Кемеровский ЦУМ», Кандидат экономических наук, генеральный директор
650993, г. Кемерово, ул. Кирова, 37, E-mail: tovar-kemtipp@mail.ru

O.YU. TIKHONOVA, I.YU. REZNICHENKO, I.L. SELSKAYA

MAIN REQUIREMENTS FOR MARKING FONTS

Consumer preferences for the goods are formed when a number of requirements are met, including one of the main criteria is the information on the product, issued on the label. Currently, a number of regulatory documents have been developed and are in force, regulating the requirements for labeling food products, information carried on the label. At the same time, attention is not paid to the marking of food products, namely, its accessibility or readability. One of the most significant criteria for the availability of text markings for reading is the font, which is determined both by the quantitative characteristic – the size and quality – of the font type. At the same time, the choice of a font headset is quite a serious solution, since it determines the degree of availability and elementary legibility of information on the label. Studies of specialists in this field show that some fonts are easier to read than others, regardless of the composition. In this article, an attempt was made to analyze the existing properties and basic characteristics of fonts used in print, and to use the results obtained by systematization to identify the main classification characteristics and properties inherent in the marking fonts.

Keywords: food labeling, accessibility, readability, font size and type, basic characteristics, font properties.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. GOST R 51074-2003 Produkty pishhevye. Informacija dlja potrebitelja. Obshhie trebovanija. – Vved. 2005-01-07. – M.: Izdatel'stvo standartov, 2004. – 28 s.
2. Vlijanie markirovki na konkurentosposobnost' tovara / I.Ju. Reznichenko, N.V. Hohlova, T.A. Toroshina, O.Ju. Tihonova, I.L. Sel'skaja // Tehnologija i tovarovedenie innovacionnyh pishhevych produktov. – 2016. – № 2 (37). – S. 113-119.
3. Orehov, N.N. Shrift: uchebnoe posobie / N.N. Orehov. – M.: FGOU SPO «MIPK im. I.Fedorova», 2016. – 172 s.
4. Nikolaeva, M.A. Teoreticheskie osnovy tovarovedenija: uchebnik dlja VUZov. – M.: Norma: NIC INFRA-M, 2013. – 448 s.
5. Tihonova, O.Ju. Issledovanie potrebitel'skih predpochtenij v otnoshenii markirovki i ocenki ee kachestva / O.Ju. Tihonova, I.Ju. Reznichenko, N.N. Zorkina // Tehnika i tehnologija pishhevych proizvodstv. – 2015. – № 1. – S. 152-156.
6. Tihonova, O.Ju. Metody ocenki pokazatelej kachestva markirovki pishhevych produktov / O.Ju. Tihonova, I.Ju. Reznichenko // Tehnika i tehnologija pishhevych proizvodstv. – 2015. – № 1. – S. 118-126.
7. Tihonova, O.Ju. Markirovka – faktor obespechenija kachestva tovarov v processe tovarodvizhenija / O.Ju. Tihonova, I.Ju. Reznichenko // Teorija i praktika innovacionnoj strategii regiona: sb. nauch. tr. / Kemerovskij institut (filial) RGTJeU. – Kemerovo, 2015. – S. 123-126.
8. Neskol'ko interesnyh faktov o kerninge / [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa – URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/03/07/neskolko-interesnyh-faktov-o-kerninge/>
9. Osnovnye harakteristiki shrifta / [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa – URL: <http://pandia.ru/text/78/013/83474.php>
10. Parametry shriftov / [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa – URL: <https://www.compgramotnost.ru/shrifty/parametry-shrifta>
11. O zashhite prav potrebitelej feder. Zakon ot 07.02.1992 g. № 2300-1 (po sostojaniju na 01.01.2013 g.) / [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa – URL: <http://zakonbase.ru/zakony/o-zashhite-prav/>
12. Samyj chitabel'nyj shrift [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa – URL: <http://www.blog-kaplunoff.ru/poleznosti/190-eto-interesno-samyj-chitabelnyj-shrift.html>
13. Struktura markirovki i ee vidy / [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa – URL: https://vuzlit.ru/172893/struktura_vidy_markirovki
14. Tehnicheskij reglament Tamozhennogo Sojuza TR TS 022/2011 «Pishhevaja produkcija v chasti ee markirovki» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa – URL: <http://www.vniis.ru/publications/detail/2279>
15. Shriftы [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa – URL: <http://oformitelblok.ru/font.html>

Tikhonova Olga Yurievna

Plekhanov Russian University of Economics, Kemerovo Institute (branch)
Candidat of technical sciences, head of the laboratory of Goods and Expertise of Consumer Goods
650056, Kemerovo, ul. Stroiteley, 47, E-mail: olga_tixonova_76@mail.ru

Reznichenko Irina Yurievna

Kemerovo Technological Institute of Food Industry
Doctor of technical sciences, professor at the department of Commodity Science and Quality Management
650056, Kemerovo, ul. Stroiteley, 47, E-mail: office@kemtipp.ru

Selskaya Irina Leontievna

JSC «ZUM Kemerovo», Candidat of economic sciences, general director
650993, Kemerovo, ul. Kirova, 37, E-mail: tovar-kemtipp@mail.ru