

ВИБІР ШРИФТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА USER EXPERIENCE

НТУ «Дніпровська політехніка»

Карапиш Ілля Володимирович

Наукові керівники: к.т.н., доц. Спирінцев В.В., к.т.н., доц. Ширін А.Л.

Однією з найважливіших частин розробки вебсайтів є User Interface Design (UI), що перекладається як «інтерфейс, призначений для користувача». Згадуючи про нього, більшості людей одразу спадають на думку зображення, колір чи композиція. Хоча візуальний контент стає все більш важливим з кожним днем, більшість контенту в Інтернеті – це текст. Типографіка – стиль і зовнішній вигляд слів – має вирішальне значення для ефективної передачі повідомлень [1].

Білл Гейтс колись казав: "Контент - це король". Забезпечення чудового користувацького досвіду означає не лише надання чудового контенту, але й надання його у зручному та корисному форматі, який спонукає до читання та взаємодії, замість того, щоб покинути сайт [2].

Саме тому типографіка в Інтернеті стає життєво важливою частиною роботи дизайнера. Більше, ніж будь-яка інша частина дизайну – вибір правильних шрифтів і правильне відображення цих шрифтів може або сприяти, або зруйнувати користувацький досвід.

Згідно з дослідженням Массачусетського технологічного інституту, шрифти впливають на самопочуття людини. Гарний шрифт викликає приємні відчуття, а поганий – навпаки. Оскільки шрифт впливає на емоції, можна впевнено сказати, що поганий вибір шрифту впливає на весь користувацький досвід [3].

Існує два основних способи впливу шрифтів на емоції людей:

1) Когнітивне упередження

Когнітивне упередження може впливати на сприйняття людьми шрифтів, оскільки стереотипи, переконання та очікування можуть змінювати сприймання того, що ми бачимо. Наприклад, якщо людина має негативне ставлення до певної культури, вона може бути менш схильна до сприйняття шрифтів, пов'язаних з цією культурою.

Існують дослідження, які показують, що певні типи шрифтів можуть викликати різні емоції у людей. Наприклад, серія досліджень, проведених у 2000-х роках, показала, що люди сприймають шрифт Comic Sans (рис.1) як менш серйозний та менш професійний у порівнянні з іншими шрифтами [3]. Це може бути пов'язано з тим, що він використовується частіше в інформації для дітей або на рекламних банерах, тому сприймається як менш формальний.

2) Об'єктивна читабельність

Є шрифти, які складно читати (рис.2), а є й такі, що читаються дуже легко (рис.3). Чим більше зусиль доводиться докладати мозкові та очам людини, щоб інтерпретувати текст, тим гірше вона почуває себе після цього. У деяких людей це навіть може викликати головний біль [3].

the quick brown fox
jumps over the lazy dog.
THE QUICK BROWN FOX
JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Рис. 1 – Шрифт Comic Sans

Bleeding Cowboys
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 . , ! ? - : ;

Рис. 2 – Складний для сприйняття шрифт Bleeding Cowboys

the quick brown fox
jumps over the lazy dog.
THE QUICK BROWN FOX
JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Рис. 3 – Простий для сприйняття шрифт Futura

Люди схильні антропоморфізувати нелюдські об'єкти, наділяючи їх характеристиками та емоціями, які їм не можуть належати. Наприклад, шрифт, який виглядає злим або сумним. Таке сприйняття людей робить шрифти чудовим засобом впливу на емоції [4].

Оскільки ми реагуємо на візуальні стимули насамперед емоційно, стає можливою здатність дизайну впливати на нашу психологію – і саме тому психологія дизайну стає настільки поширеною в сучасному маркетингу та дизайні.

Це означає, що маркетологи та дизайнери мають широкі можливості, намагаючись викликати певні почуття у своєї аудиторії: наприклад, урядова установа може використовувати певний шрифт для демонстрації стабільності та авторитету, тоді як дилер старовинних годинників може використовувати шрифт, який підкреслить відчуття заможності.

Не менш важливим для покращення користувацького досвіду є вибір розміру шрифтів.

Заголовки є життєво важливою частиною сприйняття контенту – вони повинні бути написані так, щоб привернути увагу користувача і втримати його. Розмір кеглю шрифту типового заголовку в Інтернеті складає ≈ 28 пт. Інші заголовки, як правило, мають розмір від 16 до 24 пт.

Основний текст є не менш важливим, ніж заголовки. Заголовки можуть привернути увагу читачів, але саме основний текст змушує їх залишатися на сайті. Найпопулярніший розмір шрифту для основного тексту – 10-12 пт.

Варто також зазначити, що в Інтернеті зазвичай існує певне правило співвідношення між розміром шрифту заголовка та основного тексту, тобто заголовки, як правило, у 2,5 рази більші за основний текст.

Існує також набір правил, які застосовуються до міжрядкового інтервалу та довжини рядка. Згідно з цими правилами, висота рядка має бути в 1,46 рази більшою за висоту шрифту, а оптимальна довжина рядка – у 24,9 рази (85 символів) [2].

Загалом, робота підкреслює важливість вибору та дизайну шрифтів у створенні ефективного контенту. Шрифт, його розміри, міжрядковий інтервал та інші речі можуть мати значний вплив на користувацький досвід. Розуміючи, як вони впливають на людей, дизайнери можуть приймати обґрунтовані рішення, які покращують читабельність, залученість і загальну задоволеність користувачів.

Перелік посилань

1. How Font Effects User Experience. 2016 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.aimg.com/blog/how-font-effects-user-experience/> (дата звернення: 10.04.2023).
2. Interaction Design Foundation. Web Fonts are Critical to the Online User Experience – Don't Hurt Your Reader's Eyes. 2021 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/web-fonts-are-critical-to-the-online-user-experience-don-t-hurt-your-reader-s-eyes> (дата звернення: 10.04.2023).
3. How Website Font Size Can Affect The User Experience. 2022 [Електронний ресурс]. URL: <https://righthereinteractive.com/how-website-font-size-can-affect-the-user-experience/> (дата звернення: 10.04.2023).
4. Zacharia Curtis. How Fonts Secretly Influence Your Thoughts. 2022 [Електронний ресурс]. URL: <https://uxplanet.org/how-fonts-secretly-influence-your-thoughts-91ac0357b7c2> (дата звернення: 10.04.2023).