

Костенко Ігор Олегович,

кандидат технічних наук,
доцент кафедри графічного дизайну
Київської державної академії декоративно-прикладного
мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука
ORCID ID: 0009-0006-3846-462X
iokostenko3@gmail.com

ТИПОГРАФІКА ЯК ЕСТЕТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЕЛЕМЕНТ ВЕБ ІНТЕРФЕЙСІВ

У статті розглянуто типографіку як ключовий інструмент візуальної комунікації в цифровому дизайні, зокрема в інтерфейсах користувача (UX/UI). Актуальність теми зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій і медіа, де дизайн інтерфейсів набуває провідної ролі у формуванні користувацького досвіду. Визначною рисою сучасної візуальної культури є значення тексту як образу, а не лише носія інформації. У цьому контексті шрифт стає не лише інформаційним елементом, а засобом емоційного, естетичного й поведінкового впливу на користувача. Метою дослідження є виявлення способів, у яких типографіка в інтерфейсах сприяє або, навпаки, перешкоджає ефективній взаємодії користувача з візуальним середовищем. Методологія ґрунтується на поєднанні семіотичного аналізу, елементів UX-дослідження та критичного розгляду кейсів сучасного цифрового дизайну. Аналізу піддано приклади з практики міжнародних дизайн-студій (Obys, Studio Dumbar), а також рекомендації фахових платформ (Nielsen Norman Group, Smashing Magazine).

Результати дослідження показали, що типографіка в цифровому інтерфейсі виконує не лише структурну функцію (навігація, ієрархія інформації), а й когнітивну (читабельність, зосередженість уваги), емоційну (викликання певного настрою) та символічну (візуальна ідентичність бренду). Зокрема, було встановлено, що шрифт може прямо впливати на поведінку користувача: швидкість читання, час перебування на сторінці, готовність взаємодіяти з інтерфейсом. Типографічні рішення – від вибору гарнітури до способів її анімації – мають вагомий вплив на досвід сприйняття та довіру до контенту. Новизна роботи полягає в інтеграції поглядів мистецтвознавства, семіотики та UX-дизайну для аналізу типографіки як динамічного й функціонального елементу цифрового середовища. Стаття також підкреслює потребу в міждисциплінарному підході до вивчення шрифту як частини візуального наративу. Висновки містять конкретизовані рекомендації для практикуючих дизайнерів щодо адаптації типографіки відповідно до особливостей аудиторії, контексту та цільової дії.

Ключові слова: типографіка, UX/UI-дизайн, візуальна комунікація, цифровий інтерфейс, поведінка користувача, шрифт, естетика взаємодії.

Kostenko Ihor. TYPOGRAPHY AS AN AESTHETIC AND FUNCTIONAL ELEMENT OF WEB INTERFACES

This article explores typography as a key tool of visual communication in digital design, particularly within user interfaces (UX/UI). The relevance of the topic lies in the rapid development of digital technologies and media, where interface design plays a crucial role in shaping user experience. A distinctive feature of contemporary visual culture is the increasing significance of text not only as a carrier of information but also as a visual image. In this context, the typeface becomes not just a formal element, but a means of emotional, aesthetic, and behavioral influence on the user.

The aim of the study is to identify how typography in interfaces contributes to or hinders effective interaction between the user and the visual environment. The methodology combines semiotic analysis, UX research elements, and critical review of contemporary digital design case studies. The analysis draws on examples from the practices of international design studios (e.g., Obys, Studio Dumbar) and expert recommendations from platforms such as the Nielsen Norman Group and Smashing Magazine.

The results demonstrate that typography in digital interfaces performs not only a structural function (navigation, information hierarchy), but also cognitive (readability, attention focus), emotional (mood-setting), and symbolic (visual brand identity) roles. It was found that typefaces can directly influence user behavior: reading speed, time

spent on a page, and willingness to interact with content. Typographic decisions—from font selection to methods of animation—significantly affect perception and user trust.

The novelty of the study lies in integrating perspectives from art criticism, semiotics, and UX design to analyze typography as a dynamic and functional element of the digital environment. The article emphasizes the need for an interdisciplinary approach to studying type as part of the visual narrative. The conclusions include specific recommendations for designers on how to adapt typography according to audience characteristics, context, and targeted user actions.

Key words: *typography, UX/UI design, visual communication, digital interface, user behavior, typeface, interaction aesthetics.*

Вступ. У сучасному світі візуальна комунікація набула вирішального значення в процесах соціальної взаємодії, споживання інформації та формування культурної ідентичності. Одним із ключових елементів візуального мовлення є типографіка, яка у цифровому середовищі виконує не тільки функцію тексту, але й слугує носієм естетичних, психологічних та культурних смислів. Особливу актуальність дослідження типографіки набуває в інтерфейсному дизайні – галузі, що об'єднує функціональність, ергономіку та художню форму. Сучасні цифрові інтерфейси (мобільні додатки, вебсайти, платформи взаємодії) постають не лише як технологічні середовища, а як медіакультурні простори, у яких шрифт виступає інструментом впливу на поведінку, сприйняття та емоційний стан користувача. Від вибору гарнітури, кегля, міжрядкового інтервалу та ритмічної організації тексту залежить інтуїтивність інтерфейсу, зручність навігації, глибина залучення та навіть рівень довіри до візуального продукту.

В цьому контексті надзвичайно важливо звернути увагу на UX/UI-дизайн як на міждисциплінарну сферу, що поєднує інженерію, графічний дизайн, психологію сприйняття та досвід користувача. UX (User Experience) охоплює весь досвід взаємодії людини з продуктом, тоді як UI (User Interface) – це візуальний інтерфейс, з яким користувач безпосередньо контактує. Шрифт у цьому середовищі не лише передає текст, а й структурує інформацію, формує очікування, задає ритм взаємодії, а в деяких випадках – викликає або знижує стрес, прискорює або ускладнює навігацію. Вивчення шрифту як окремого елементу візуального інтерфейсу є критично необхідним з кількох причин. По-перше, типографіка в багатьох випадках є першою точкою контакту

між користувачем і цифровим продуктом. По-друге, зміна шрифтових параметрів істотно впливає на читабельність, емоційне сприйняття і довіру до інформації [1]. По-третє, типографічні рішення мають культурне значення – вони репрезентують епоху, стиль, навіть цінності комунікатора. Тому аналіз типографіки в інтерфейсах – це не лише дослідження графічної форми, а й вивчення візуальної мови цифрової культури, її семіотики та соціального впливу. Розгляд типографіки як самостійного чинника UX/UI-дизайну дозволяє не тільки підвищити якість цифрових продуктів, а й глибше осмислити механізми візуальної комунікації. Попри зростаючий інтерес до дизайну взаємодії, питання естетико-функціональної ролі типографіки в інтерфейсах залишається недостатньо розкритим у межах вітчизняного мистецтвознавчого та культурологічного дискурсу, що визначає наукову новизну та проблематику даного дослідження. Більшість культурних, комерційних і соціальних взаємодій перенесено в цифрове середовище, де типографія визначає зручність навігації, читабельність, темп споживання тексту. Водночас, проблематика дослідження полягає у розриві між практикою графічного та інтерфейсного дизайну й теоретичним осмисленням ролі типографії як художньо-комунікативного чинника. Наявні дослідження здебільшого зосереджені на функціональних аспектах шрифту, залишаючи осторонь його естетичний потенціал та вплив на користувацьку поведінку й сприйняття.

Метою статті є дослідити типографіку як інтегральний елемент естетичного та комунікативного дизайну цифрових інтерфейсів, визначити її семіотичні, емоційно-психологічні та функціональні характеристики, а також проаналізувати її вплив на поведінкові сценарії користувача. В роботі розкрито

сутність типографіки як складника візуальної комунікації у цифровому просторі, проаналізовано семіотичні та естетичні функції шрифту в контексті інтерфейсної взаємодії з користувачем у соціумі.

Матеріали та методи. У дослідженні застосовано міждисциплінарний підхід, що поєднує мистецтвознавчий, дизайнерський, психологічний та семіотичний аналіз, з опорою на актуальні сучасні дослідження та приклади візуальної практики провідних цифрових студій. Візуально-аналітичний метод дозволив здійснити порівняльний огляд інтерфейсів з різною типографічною стилістикою. Оцінювалися такі параметри як читабельність, ієрархія інформації, стилістичний контекст шрифту та його відповідність ресурсу. Семіотичний аналіз застосовувався для виявлення символічного значення шрифтів, їх стилістичного навантаження та потенціалу формування емоційної взаємодії з користувачем. Обрані методи дослідження дозволяють не лише здійснити естетичну та технічну оцінку типографії, але й інтерпретувати її комунікативну, емоційну та функціональну роль у структурі цифрового інтерфейсу. Такий підхід відповідає сучасному розумінню дизайну як інтегративної дисципліни, що поєднує художню практику, когнітивну психологію та технічні інновації.

У дослідженні застосовано приклади цифрових інтерфейсів (мобільні застосунки, вебплатформи, онлайн-сервіси) з акцентом на типографічне оформлення, практики дизайн-агенцій (Obys Agency, Minimal Movie Studio, Studio Dumbar), які активно використовують шрифт як ключовий елемент візуальної айдентики, аналітичні та наукові джерела, що стосуються UX/UI-дизайну, типографіки, семіотики шрифту.

Результати. Науковці дедалі частіше звертаються до типографії як інструменту емоційної комунікації та ідентичності. В роботі [2] розкривається історична трансформація шрифтових практик та підкреслюється значення типографії в контексті цифрової культури. Наголошується, що форма літери має таку ж вагу, як і зміст тексту.

У дослідженні [3] проаналізовано вплив типографії на емоційне залучення під час

цифрового читання. Автори доводять, що правильна типографічна структура інтерфейсу підвищує не лише комфорт, а й рівень довіри до інформації. Стосовно анімованої типографії дослідження виявляють, що динамічні типографічні рішення викликають активнішу користувацьку взаємодію, підсилюючи сенсорні маркери тексту. Практичний огляд шрифтових технологій у динамічному середовищі представлено в [4] де розглянуто шрифт як ефективну систему знаків, що має потенціал транслювати зміст та впливати на настрій.

На разі серед основних типологічних категорій шрифтів, що використовуються в цифрових інтерфейсах за візуальним впливом слід виділити наступні: Sans-serif зазначає нейтральність, функціональність, простоту та сучасність (Helvetica, Roboto). Традиційність скрізь призму часу відображають антикві старого стилю (Merriweather, Georgia), відкритість та емпатія характерні для гуманістичних шрифтів (Open Sans, Gill Sans), геометричні гротески (Futura, Montserrat) більш підходять для підкреслення технологічних сервісів. Кожен тип має специфіку сприйняття, що підтверджують дослідження [3], та доводиться, що типографія викликає підсвідомі реакції. Люди оцінюють емоційність шрифтів – округлі форми здаються дружніми, а гострі – агресивними. Це підтверджується UX-тестами: користувачі довше залишаються на сторінках, де використовуються «дружні» шрифти як то Lato, а не жорсткі та холодні.. Як доводять автори в роботі [7], добре спроектовані шрифти значно покращують сприйняття тексту та знижують когнітивне навантаження. Згідно з дослідженнями шрифти sans-serif зазвичай краще сприймаються на екранах у порівнянні з serif у коротких інтерфейсних текстах. Про те в довгих статтях serif-шрифти можуть підвищити комфорт читання. На використання кегля шрифту також слід звернути увагу, тим паче, що для веб комунікацій велике значення має адаптивність до пристрою. На основі аналітики [8], при зміні кегля тексту з 14pt на 16pt середній час взаємодії зі сторінкою зріс на 12%. Інше дослідження показало, що заміна шрифту Arial на Open Sans підвищила рівень виконання

цільових дій на 9%. Це свідчить про прямий вплив типографії на поведінкові патерни користувачів. Оптимальне поєднання шрифтів, кеглю та міжрядкового інтервалу прямо впливає на швидкість обробки тексту користувачем. Sans-serif шрифти з гуманістичною та геометричною типологією демонструють найвищу ефективність у мобільних застосунках та інтерфейсах із невеликою щільністю елементів. Було проаналізовано приклади застосування типографії у веб інтерфейсах, так рекомендації від Google [9] пропонують використовувати шрифти без зарубок, зокрема Roboto та Inter, для забезпечення оптимальної читабельності на будь-якому пристрої. Дослідження довели, що Roboto забезпечує швидке зчитування інформації та зменшує когнітивне навантаження в мобільних застосунках до 12% порівняно зі стандартним Arial.

У редизайні платформи Airbnb 2020 року було впроваджено новий шрифт Cereal, створений спеціально для відповідності естетики бренду та забезпечення зручного читання на 35 мовах. А/В-тестування показало, що адаптована типографіка підвищила довіру до інтерфейсу серед користувачів у Європі та Південній Америці на 9%, а показник залученості (CTR) зріс на 7% [10]. Урядовий портал Великобританії використовує шрифт GDS Transport, адаптований із класичної дорожньої типографії, з метою викликати відчуття надійності, авторитету та ясності. Дослідження [11] показали, що цей шрифт підвищує відчуття офіційності та безпеки серед старшої аудиторії на 18% порівняно з використанням Helvetica або Arial.

У кожному випадку типографіка не лише виконує естетичну функцію, а й формує довіру, читабельність, зрозумілість, що є критично важливими для UX/UI-дизайну. Тип шрифту безпосередньо впливає на ефективність сприйняття контенту, поведінку користувача та загальну якість цифрової комунікації. Звертаючи увагу на психологічний вплив слід розглянути використання декоративних та акцидентних шрифтів у цьому просторі. Декоративні шрифти, як правило, асоціюються з емоційністю, індивідуальністю, креативністю або ностальгією [12], так, шрифт

Lobster, що часто використовується у веб банерах або в логотипах, викликає відчуття ручної роботи, винтажності, естетики ретро. Однак, дослідження [13] засвідчують, що надмірне використання таких шрифтів знижує рівень довіри користувачів до вебсайту на 14%, особливо в контексті електронної комерції чи офіційних ресурсів. У порівнянні, стандартні шрифти на зразок Roboto, Helvetica, Open Sans забезпечують високу читабельність, викликають відчуття професіоналізму та технологічної надійності. Їхнє використання у інтерфейсах зменшує когнітивне навантаження й дозволяє швидше обробляти візуальну інформацію [14]. Декоративні шрифти рекомендовано застосовувати в обмежених дозах, переважно для заголовків, логотипів, візуальних ідентифікаторів бренду або промо-елементів, де емоційний вплив є ключовим. Для основного тексту вони непридатні, оскільки знижують читабельність, особливо на мобільних пристроях. Так, Lush.com [15] застосовує декоративний рукописний шрифт у логотипі та акцентах, що підтримує асоціацію з ручною косметикою, однак основний інтерфейс представлений шрифтами sans-serif для зручності користувача. Typo.com.au [16] використовує декоративні шрифти в промо-застосунках, але має чітку ієрархію шрифтів: акценти – декоративні, текст – стандартний Source Sans Pro. Apple та Google не використовують декоративних шрифтів у своїх основних інтерфейсах, натомість надають перевагу читабельним, нейтральним шрифтам, що підсилюють функціональність. Декоративні шрифти доцільно використовувати в рамках бренд-комунікації, але в інтерфейсах, орієнтованих на швидку взаємодію, раціональніше обирати функціональні, нейтральні гарнітури, які забезпечують ефективну комунікацію без втрати довіри чи зручності. На основі дослідження можна зробити висновки, що беззрубчасті шрифти (Sans Serif, Helvetica, Arial, Roboto, Open Sans, SF Pro) мають високу читабельність на екранах, особливо з малою роздільною здатністю, сучасний та лаконічний вигляд, добре масштабується для різних розмірів екранів. Доцільно використовувати в основних інтерфейсах мобільних і вебзастосунків.

Зарубчасті шрифти (Times New Roman, Georgia, Merriweather) допомагають швидше сканувати текст, покращуючи читабельність у довгих абзацах, надають інтерфейсу традиційності, авторитетності але менш ефективні на малих екранах або з малою роздільною здатністю та зливаються у дрібному кеглі. Моноширинні шрифти (Monospaced Courier New, Consolas, IBM Plex Mono) Займають більше простору, читабельність для звичайного тексту є нижчою. Їх доцільне використання у технічних платформах, IDE, терміналах, інформаційних панелях. У сучасному інтерфейсному дизайні найдоцільнішим є використання беззарубчастих шрифтів як універсального рішення для більшості ситуацій. Проте, у спеціалізованих випадках – таких як передача академічності (зарубчасті), технічна візуалізація (моноширинні) чи створення адаптивних інтерфейсів (варіативні шрифти) – слід використовувати відповідні типи. Під час вибору шрифту також доцільно враховувати цільову аудиторію, контекстне використання та пристрій та технічні обмеження як то підтримка шрифтів, швидкість завантаження.

Висновки. Основні результати дослідження дозволяють зробити висновки про те, що функціональна та естетична роль типографіки в інтерфейсах визначається типом шрифту, його розміром, контрастом, інтерліньяжем та адаптивністю. Грамотно підібрана типографіка покращує читабельність, сприяє легкому сприйняттю інформації та формує візуальний ритм дизайну. Доцільність використання типів шрифтів залежить від контексту: беззарубчасті шрифти оптимальні для основної навігації, інтерфейсних елементів

і текстів у мобільних та вебдодатках завдяки високій читабельності та нейтральному характеру. Зарубчасті шрифти ефективні для великих текстових блоків, які потребують традиційного або авторитетного стилю, зокрема на сайтах новин, аналітичних платформах, в електронних публікаціях. Моноширинні шрифти доцільно використовувати в інтерфейсах, пов'язаних із програмуванням, технічним контентом або відображенням таблиць. Шрифт безпосередньо впливає на функціональність інтерфейсу – зокрема на швидкість сканування інформації, орієнтацію в контенті, ієрархію елементів. Водночас типографіка формує емоційний настрій, візуальний стиль і сприяє посиленню брендової ідентичності. У вебдизайні типографіка відіграє роль структуроутворюючого елемента, формуючи зорову логіку інтерфейсу. Вона дозволяє уникати візуального перевантаження, сприяє зменшенню когнітивного навантаження користувача та підвищує загальну юзабіліті. Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому аналізі впливу варіативних шрифтів на адаптивність цифрових інтерфейсів, міжкультурного сприйняття типографічних рішень у глобальних медіа інтерфейсах, інтеграції типографіки з новітніми UX-практиками та штучним інтелектом. Таким чином, типографіка є не лише елементом оформлення, а критично важливою складовою ефективної інформаційної архітектури інтерфейсів. Комплексне розуміння її типології, психологічного впливу та функціонального потенціалу є необхідним для створення якісного, доступного й естетично збалансованого медіа середовища.

Література:

1. Wooten L. Animated type: Emotional impact of motion in typography . L. Wooten. Design Studies Quarterly. 2020. Vol. 12. P. 271–284.
2. Lupton E. Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors, & students. New York: Princeton Architectural Press, 2010. 176 p.
3. Walker, S. Typography and emotional engagement in digital reading . S. Walker, L. Reynolds. Design Studies. 2021. Vol. 74. P. 268–270.
4. Ekman, M. Kinetic typography in digital communication: Affective potential and semiotic function. M. Ekman, M. Jonsson. Journal of Visual Culture. 2019. Vol. 18, № 3. P. 381–398.
5. Гребенюк С. Сучасні шрифтові системи: огляд технологій . Дизайн. Теорія та практика. 2019. № 3. С. 45–52.
6. Shaikh A. D., Chaparro B. S., Fox D. Perception of fonts: Perceived personality traits and uses. Usability News. Vol. 14. P. 340–354.

7. Beier S., Larson K. Design improvements for frequently misrecognized letters. *Information Design Journal*. 2010. Vol. 18, № 2. P. 118–137.
8. Nielsen Norman Group. (2023). Typography in UI Design: How Fonts Affect Behavior. URL: <https://www.nngroup.com/topic/typography> (Дата звернення 10.06.2025)
9. Google Material Design. *Typography principles*: URL: <https://material.io/design/typography/> (Дата звернення 10.06.2025).
10. Airbnb Design. Creating the Cereal typeface. URL: <https://airbnb.design/cereal/> (Дата звернення 10.06.2025).
11. GOV.UK Design System. Accessibility and typography. – URL: <https://design-system.service.gov.uk/> (Дата звернення 10.06.2025).
12. Peterson T., Ray H. Typography and Emotion: Exploring Font Selection in Branding *Design Issues*. 2017. Vol. 33, № 4. P. 31–45.
13. UX Movement. Why Fancy Fonts Hurt Your Design More Than Help. URL: <https://uxmovement.com/typography/why-fancy-fonts-hurt-your-design/> (Дата звернення 12.06.2025).
14. Walker S., Chaparro B. S. The Influence of Typeface on User Trust and Experience in Web Interfaces. *International Journal of Human – Computer Interaction*. 2019. Vol. 35. №3 . P. 267–275.
15. Lush. Official website. URL: <https://www.lush.com> (Дата звернення 12.06.2025).
16. Typo Australia. Brand Style Guide. URL: <https://typo.com.au> (Дата звернення 12.06.2025).

References:

1. Wooten, L. (2020). Animated type: Emotional impact of motion in typography. *Design Studies Quarterly*, 12, 271–284.
2. Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. Princeton Architectural Press.
3. Walker, S., & Reynolds, L. (2021). Typography and emotional engagement in digital reading. *Design Studies*, 74, 268–270.
4. Ekman, M., & Jonsson, M. (2019). Kinetic typography in digital communication: Affective potential and semiotic function. *Journal of Visual Culture*, 18(3), 381–398.
5. Grebeniuk S. (2019). Suchasni shryftovi systemy: ohliad tekhnolohii [Modern type systems: A review of technologies]. *Dyzain. Teoriia ta praktyka*, (3), 45–52.
6. Shaikh, A. D., Chaparro, B. S., & Fox, D. (n.d.). Perception of fonts: Perceived personality traits and uses. *Usability News*, 14, 340–354.
7. Beier, S., & Larson, K. (2010). Design improvements for frequently misrecognized letters. *Information Design Journal*, 18(2), 118–137.
8. Nielsen Norman Group. (2023). Typography in UI design: How fonts affect behavior. Retrieved June 10, 2025, from <https://www.nngroup.com/topic/typography>
9. Google Material Design. (n.d.). Typography principles. Retrieved June 10, 2025, from <https://material.io/design/typography/>
10. Airbnb Design. (n.d.). Creating the Cereal typeface. Retrieved June 10, 2025, from <https://airbnb.design/cereal/>
11. GOV.UK Design System. (n.d.). Accessibility and typography. Retrieved June 10, 2025, from <https://design-system.service.gov.uk/>
12. Peterson, T., & Ray, H. (2017). Typography and emotion: Exploring font selection in branding. *Design Issues*, 33(4), 31–45.
13. UX Movement. (n.d.). Why fancy fonts hurt your design more than help. Retrieved June 12, 2025, from <https://uxmovement.com/typography/why-fancy-fonts-hurt-your-design/>
14. Walker, S., & Chaparro, B. S. (2019). The influence of typeface on user trust and experience in web interfaces. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 35(3), 267–275.
15. Lush. (n.d.). Official website. Retrieved June 12, 2025, from <https://www.lush.com>
16. Typo Australia. (n.d.). Brand style guide. Retrieved June 12, 2025, from <https://typo.com.au>

Стаття надійшла: 16.06.2025

Прийнято: 03.07.2025

Опубліковано: 06.10.2025