

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШРИФТІВ В РЕКЛАМІ

Сушкова А.С.

Науковий керівник – ст.викладач Чеботарьова І.Б.

Харківський національний університет радіоелектроніки  
(61166, Харків, пр. Науки, 14, каф. Медіасистем та технологій,  
тел. (057) 702-13-78)

e-mail: anastasiia.sushkova@nure.ua

One of the components of branding is branded fonts. The paper analyzes the meaning of fonts in the creation of advertising products and evaluates their impact on the consumer. The peculiarities of the use of fonts for advertising products on the example of the cafe logo are investigated.

Однією із складових брендування є фірмові шрифти. Тому актуальним є аналіз значення шрифтів при створенні рекламної продукції та оцінка їх впливу на споживача. Метою роботи є дослідження особливостей використання шрифтів для рекламної продукції.

Згідно з дослідженнями психологів, правильно підібраний шрифт створює людині настрій під час читання тексту. Слово, написане різними шрифтами, буде сприйматися по-різному (табл.1). Крім того, важливо пам'ятати про те, хто ваша цільова аудиторія.

Таблиця 1 - Класифікація шрифтів і особливості їх використання.

Опис шрифту	Приклад	Особливості використання
Прямі витягнуті шрифти		Такі шрифти відповідають діловому настрою і досить універсальні. Але вони будуть недоречні для оригінального продукту, так як не будуть виділятися серед конкурентів.
Суворі квадратні шрифти		Використовуються в рекламі промислових продуктів, технологій, а також в соціальній рекламі. Налаштовують користувача на серйозне сприйняття інформації, створюють враження важливості і авторитетності.
Похилі шрифти з віньєтками		Часто використовуються в рекламі товарів для жінок. Такі шрифти викликають почуття легкості і краси. Курсив полегшує сприйняття інформації, і вона виглядає менш важливою.
Округлі шрифти		Шрифти цього типу передають комфорт, затишок. Сприймаються користувачами позитивно, м'яко.

Продовження таблиці 1

Рукописні шрифти		Такі шрифти досить складно читаються, тому не підходять для зовнішньої реклами. Але вони підходять для ексклюзивних продуктів. Викликають почуття довіри, достовірності інформації.
Стилізовані декоративні шрифти		Такі шрифти, що нагадують графіті або готичні написи, слід використовувати там, де вони будуть нести певне смислове навантаження. Наприклад, тематичний бар або кафе

Також розрізняють шрифти з зарубками та без них. Шрифти із зарубками легше читаються в друкованих роботах. Зарубки створюють контраст між буквами, і нашому мозку легше їх розпізнавати. Шрифти без зарубок краще підходять для інтернет-реклами. Також їх використовують в зовнішній рекламі, вони не втрачають своїх властивостей при збільшенні. Існує думка, що прикладом вдало обраного шрифту є такий шрифт, на який читач не звертає уваги.

Можна навести основні рекомендації як вибрати шрифт:

- для зовнішньої реклами обираються жирні великі шрифти, які легко читати, вони створюють контраст з фоновою картинкою;
- в одному рекламному повідомленні можна використовувати не більше трьох різних шрифтів, щоб споживачі сприймали рекламу цілісно;
- для інформаційних матеріалів розмір кегля рекомендується використовувати 11-12. Для заголовків кегль від 14 до 30;
- не треба писати текст великими літерами, він важко сприймається;
- різна довжина рядків може прискорювати або сповільнювати читання.

Для оцінки шрифтових рішень реклами рекомендується проводити соціологічне опитування цільової аудиторії, а також експертне оцінювання всього ребрендингу. Приклад оцінки ефективності шрифтів для кафе наведено на рисунку 1.

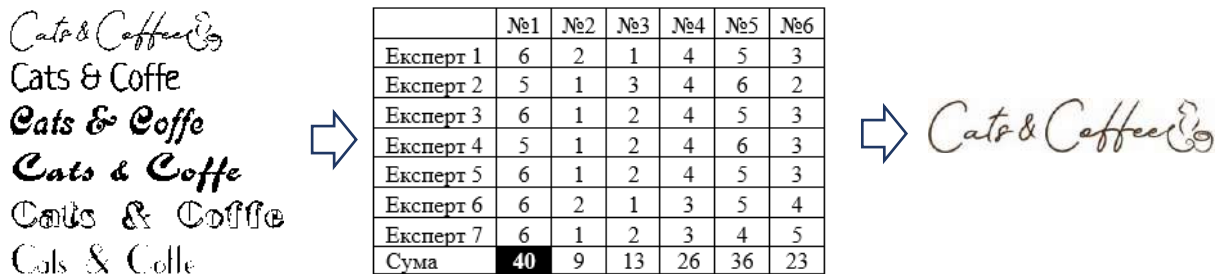


Рисунок 1

Одна з важливих складових успіху рекламного повідомлення – вибрані шрифти. Але шрифт – це не просто елемент, який використовується в рекламному креативі, щоб донести меседж до цільової аудиторії. Це свого роду «упаковка» продукту і його невід’ємна частина.