

Удобство чтения и восприятия текста на сайте – одни из самых важных вещей, о которых вы должны позаботиться, как веб-дизайнер. Ведь именно текст является «голосом» вашего дизайна и наиболее мощным инструментом коммуникации с пользователями сайта.

## **Так как же сделать так, чтобы ваш текст захотели читать? Вот несколько советов.**

**Читабельность** — это сочетание эмоционального воздействия дизайна (или его отсутствие) с количеством усилий, прилагаемых для чтения текста.

Мало написать хороший текст. Даже если он будет супер полезным и интересным, но оформленным просто ужасно, кто захочет напрягаться и читать его? Будьте уверены, желающих найдется мало.

Поэтому, работая с текстом в макете, дизайнеру нужно ставить себя на месте пользователя и задавать себе такой вопрос: «Хочу ли я это читать? Приятно ли мне потратить 5, 10, 15 минут на чтение этого текста?».

Примените эти несколько советов от меня о том, как делать текст в ваших макетах сайтов читабельным, что сильно повысит эффективность вашего дизайна.

## **Используйте шрифты без засечек для основного текста**

В книгах, как правило, используют шрифт с засечками, т.к. для чтения на бумаге, где много страниц, он считается более подходящим из-за того, что засечки позволяют вести зрение горизонтально по строке.

В вебе читать не любят. Даже можно сказать так: мы не читаем сайты, мы просматриваем их.

Поэтому лучше, когда на веб-странице текста минимум, и он очень просто и удобно читается. На экране лучшее решение для основного текста – шрифт без засечек, т.к. их отсутствие делает буквы больше и проще для восприятия. Впрочем, посмотрите и сравните сами.

### **Serif VS Sans-serif**

## Шрифт с засечками (Times New Roman)

Засечки — это уже исторический артефакт. Это в значительной степени так и есть, особенно в свете того, что все попытки оправдать засечки в ретроспективе выглядят неубедительно. Многие исследователи приписывают изобретение засечек римлянам, утверждая, что «древние римляне... при написании на камне каждый удар заканчивали штрихом (засечкой) для того, чтобы сгладить неровности поверхности, образованные инструментом» (Craig, 1980; Vix, 2002).

## Шрифт без засечек (Arial)

Засечки — это уже исторический артефакт. Это в значительной степени так и есть, особенно в свете того, что все попытки оправдать засечки в ретроспективе выглядят неубедительно. Многие исследователи приписывают изобретение засечек римлянам, утверждая, что «древние римляне... при написании на камне каждый удар заканчивали штрихом (засечкой) для того, чтобы сгладить неровности поверхности, образованные инструментом» (Craig, 1980; Vix, 2002).

## Используйте иерархию

Текстовая иерархия помогает лучше ориентироваться по тексту и помогает понять, как его читать. Есть заголовки, подзаголовки разных уровней и основной текст. Первые делят текст на визуальные блоки, и прочитав заголовок перед абзацем, нам становится понятно, о чем в этом блоке будет идти речь.

Придавая разные стили для разного типа текста, мы создаем определенную иерархию, и, как правило, визуально — это разница в размерах шрифта.



H1 H2 H3 H4 H5 H6

**ЗАГОЛОВОК**

**Подзаголовок**

**ПодПодзаголовок**

Основной текст. Основной текст.  
Основной текст. Основной текст.

## Помните о контрасте

Контраст является ключевым фактором для того, чтобы текст легко читался.

Все очень просто. Самый очевидный цветовой контраст – черный текст на белом фоне, и это наиболее читаемое сочетание. Плохой контраст будет заставлять читателя щуриться и пытаться разобрать, что же там написано.

Соответственно, во второй ситуации скорость и комфорт чтения сильно снижаются, делая процесс чтения чуть ли не мучением.



## Делайте отступы между абзацами и между строк

Отступы между абзацами визуально разбивают большой кусок текста на маленькие кусочки. Во-первых, читать становится удобнее (не теряем строки). Во-вторых, кажется, что текста меньше, а поскольку мы все ленивые к чтению длинных манускриптов, нам психологически комфортнее начать читать.

Отступ между строк текста (интерлиньяж) также должен быть не меньше того, что стоит по умолчанию (так, по крайней мере, точно не прогадаете). В некоторых случаях это значение можно увеличивать, добавляя больше «воздуха» тексту.



### **Значение по умолчанию.**

Отступ между строк текста (интерлиньяж) также должен быть не меньше того, что стоит по умолчанию (так, по крайней мере, точно не прогадаете).

**Больше.** В некоторых случаях это значение можно увеличивать, добавляя больше "воздуха" тексту.

### **Малый отступ между строк.**

Отступ между строк текста (интерлиньяж) также должен быть не меньше того, что стоит по умолчанию (так, по крайней мере, точно не прогадаете).

## Разбавляйте текст изображениями

Скучно читать статью или смотреть страницу, в которой нет ни одной картинки. Хорошей идеей будет разбавлять текст визуальными пояснениями либо просто изображениями по теме. Читать станет гораздо приятней. Картинки любят все, а уж качественные и с душой подобранные (а может даже с внесенными своими изменениями) — что и говорить.

Если вы можете визуализировать определенную часть текста — сделайте это. Используйте иконки, инфографику и ваш текст будет интересно и приятно читать.

Как видите, именно так я и поступила в этой статье. Я подкрепила свои советы визуально — сделала картинки, которые помогли бы вам лучше понять, о чем я говорю.

## Пишите цепляющие заголовки

Вне зависимости от того, о чем ваш текст и кто его написал (вы, заказчик предоставил и т.п.), заголовки должны быть интересные и вовлекающие. Сделайте так, чтобы ваши абзацы захотели прочесть.

К примеру, я могла бы назвать статью «Читабельность текста в вебе». Звучит как тема курсовой, да? Вместо этого я написала в заголовке «Как сделать текст на сайте максимально читабельным» — тем самым как бы предлагая конкретные советы и действия, которые можно и применить и которые повысят читабельность текста на сайте.

**П.С.** Какие еще способы повысить читабельность текста вы можете назвать? Отпишитесь в комментариях прямо сейчас.

## Оставляйте пространство между абзацами



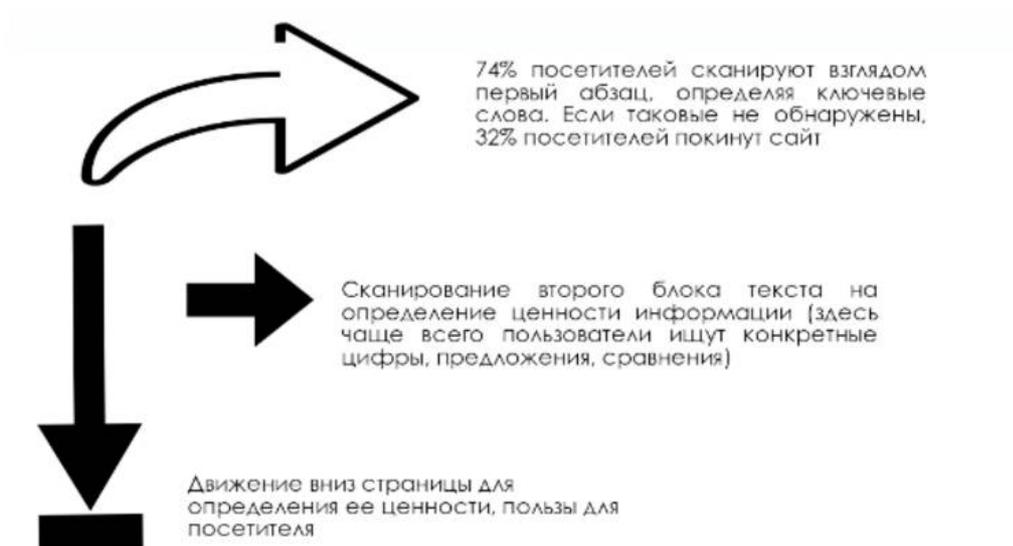
Пространство между абзацами и выделение главных мыслей повышает концентрацию пользователя



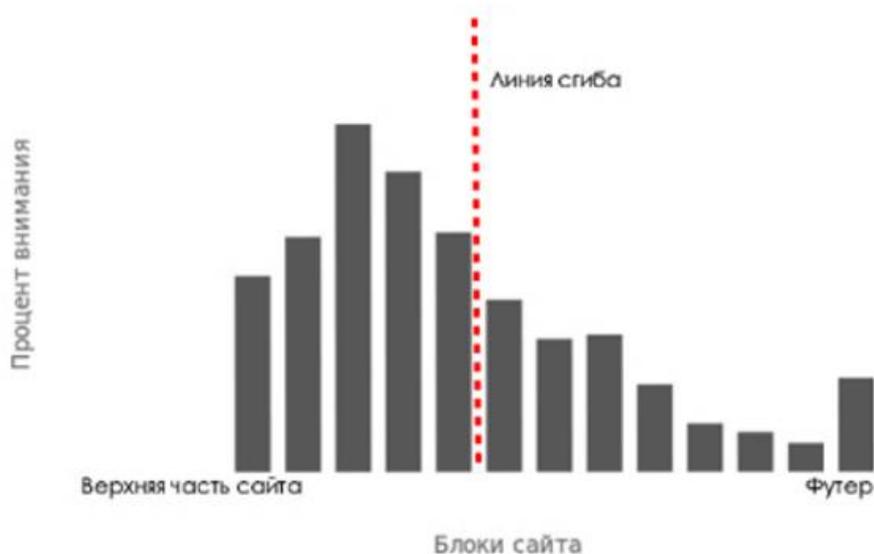
Располагайте важные моменты в тексте буквой F и в верхней части сайта

# F

Пользователи читают сайты по F-модели



Главная информация должна располагаться выше «линии сгиба». Распределение внимания происходит так:



Какие блоки сканируют пользователи