

УДК 07:769.2

О НЕКОТОРЫХ СВОЙСТВАХ И ТЕНДЕНЦИЯХ РАЗВИТИЯ ФОРМЫ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ

© 2010 С.Л. Васильев

Кубанский государственный университет

Поступила в редакцию 2 февраля 2011 года

Аннотация: Главная идея статьи заключается в том, что одним из важнейших свойств газетной формы является удобочитаемость. Эффективное функционирование аппарата ориентирования читателя повышает удобочитаемость газеты и журнала. В статье также рассматриваются тенденции развития газетной и журнальной формы, связанные с удобочитаемостью.

Ключевые слова: аппарат ориентирования читателя, тенденции развития, удобочитаемость периодического издания, форма периодического издания.

Abstract: The main idea of article: readability is a important property of periodical's form. The effective functioning of the Reader-orientation apparatus improves the readability of newspaper and magazine. The article considers the tendencies of development connecting with readability.

Key words: periodical's form, reader-orientation, readability, reader-orientation apparatus, tendencies of development.

О сущности, значимости, назначении и эффективности внешней, видимой формы периодического издания исследователями газетно-журнального дизайна написано немало. При этом значительно больше внимания было уделено газетной форме. По мнению одного из самых известных разработчиков теории газетно-журнального дизайна А.П. Киселёва, «газета или журнал рискуют потерять часть своих читателей, если их оформление не способствует быстрому и целенаправленному восприятию публикуемых сообщений. Располагая текстовые и изобразительные материалы по колонкам, страницам номера, оформители создают своего рода конструкцию, «техническое приспособление для чтения». Эта конструкция должна отвечать следующим функциональным требованиям:

— руководить вниманием читателей, акцентировать его на главных материалах номера;

— создавать оптимальные условия для ориентации в номере, чтобы читатели могли с наименьшими затратами времени разобраться в

содержании предлагаемых материалов и отыскать интересующие их публикации;

— обеспечивать удобочитаемость материалов, которая зависит главным образом от оптических свойств используемых шрифтов, форматов набора, приёмов оформления, а также от качества печати и ряда других производственных процессов» [3, 89].

Отмечая первостепенную значимость функциональных свойств формы периодического издания, А.П. Киселёв обращает внимание и на важность её эстетических качеств: «Оформление газетного или журнального номера может быть безупречно рациональным в практическом отношении, но, если оно эстетически не выразительно, то внешний облик издания в лучшем случае оставит читателя равнодушным, а в худшем — вызовет у него ощущение скуки, раздражения. А эстетически привлекательная форма способна ещё до знакомства с содержанием номера заинтересовать читателя, побудить его к чтению» [3, 90].

В.В. Тулупов указывает на одно парадоксальное, но весьма существенное, в плане зрительного восприятия, требование к форме периодического издания: «Чем более незаметна (удобна) форма, чем

менее она отвлекает внимание зрителя, тем больше оснований считать её выразительной, поскольку она выполняет свою главную задачу – раскрывать содержание» [4, 75]. Удобная форма должна быть приятна глазу, но она не должна бросаться в глаза. Это замечание абсолютно справедливо в отношении важнейшей части формы периодического издания, которую мы называем текстовым полем. Однако определенным элементам формы, например, заголовкам, на наш взгляд, необходимо обладать таким свойством, как сигнальность, т.е. быть заметными.

Какую-либо значимость имеет лишь та напечатанная информация, которая становится информированностью конкретного человека. Газетную или журнальную форму можно считать особой конструкцией, служащей для передачи массовой аудитории разнообразной информации. Форма периодического издания – носитель и передатчик информации. От того, насколько продуманно, рационально сконструирован этот передатчик, зависит степень читаемости периодического издания, коэффициент полезного действия публикуемых материалов, а значит и уровень эффективности издания, его жизнеспособность. Сказанное можно выразить простой формулой: *Публикуемая информация — Форма периодического издания — Информированность читателя.*

Итак, форма периодического издания есть конструкция, служащая для перевода информации в информированность читательской аудитории. Эта конструкция представляет собой единение двух информационных составляющих: аппарата ориентирования читателя и текстового поля – совокупности текстовых частей всех публикаций.

Мы не выделяем в качестве отдельной составляющей иллюстрационный ряд издания, так как все изображения, помещаемые в газете и журнале, воспринимаются в первую очередь и, за редкими исключениями, ориентируют читателя в содержании тех или иных текстов, а потому входят в инструментарий аппарата ориентирования читателя. При этом мы принимаем во внимание, что существуют публикации (прежде всего в иллюстрированных журналах), в которых изобразительный материал доминирует над текстом и в пространственном, и в информационном отношении. В таких случаях не столько изображения раскрывают содержание текста, сколько текст раскрывает содержание изображений. Кроме этого в периодике встречаются публикации (те самые редкие исключения), состоящие только из заголовочных элементов и изобразительного материала.

Аппарат ориентирования читателя, в нашем видении, представляет собой систему инструментов, управляющих вниманием читателя,

определяющих избирательность и последовательность восприятия представленной в издании информации. Аппарату ориентирования свойственны такие функции, как опознавательное (идентификационное) ориентирование, ориентирование в содержании публикуемых материалов, ценностное ориентирование (указание на степень значимости), ориентирование в тематической структуре издания и структуре его текстового поля, ориентирование в пространстве издания (навигация).

Обобщая сказанное выше, мы приходим к выводу о том, что функциональная сущность формы печатного периодического издания не сводится лишь к фиксации, передаче и сохранению информации. И форма газеты, и форма журнала представляют собой ориентирующие системы, информирующие читателя о структуре, значимости и конкретном выражении того содержания, которое они в себе заключают. Каждый элемент газетной и журнальной формы, печатный и пробельный, является ориентирующим элементом. И форма газеты, и форма журнала – это ориентирующая система от первого до последнего графически обозначенного элемента. Нет в газетной и журнальной форме ничего, что не участвует в ориентировании читателя. Любая форма, существующая в мироздании, есть знак или сочетание знаков, несущих информацию. Любая искусственно созданная система, также как и любая естественная система, существующая или созданная изначально, есть ориентирующая система.

Нельзя обойти вниманием ещё одно значимое свойство формы периодического издания: она представляет собой ритмическую структуру, структуру, состоящую из взаимодействующих ритмических рядов различной сложности и различного свойства. Аппарат ориентирования читателя также является системой ритмических рядов внутри общей ритмической структуры издания. Такое устройство газетной и журнальной формы играет существенную роль в процессе читательской ориентации.

«Художественно-техническое оформление – это не произвольный, а строго детерминированный процесс, складывающийся под влиянием объективных и субъективных факторов, которые образуют закономерные связи между оформлением изданий и условиями их функционирования, их специфической природой» [2, 10]. Вряд ли существуют единственные и при этом очень конкретные рецепты для тех, кто намерен выйти в оформлении своего издания на оптимальные характеристики. Абсолютный оптимум – не более чем абстракция. Но на пути к нему возможны очень многие и весьма качественные варианты.

Каждое издание, желающее завоевать как можно больше читателей, должно найти именно свой вариант формы, свои конструктивные особенности и свой стиль оформления, которые были бы обусловлены задачами издания, характером его аудитории, особенностями содержательной структуры и возможностями полиграфической техники. Нет оптимума единого, есть оптимум индивидуальный. Поиск последнего – первейшая цель редакционных дизайнеров.

Итак, конкретные рекомендации возможны только в конкретном случае. Это не означает, что газетно-журнальный дизайн лишен солидной теоретической основы. Теория создана, развивается. И в ней можно выделить ряд наиболее существенных положений, знание которых необходимо квалифицированному газетному или журнальному оформителю. Не имея в виду определённое периодическое издание с его идеологией и задачами, позволительно лишь в самом общем плане рассуждать о том, как надо работать с форматами набора, шрифтами, пробелами, линейками, растрами, инициалами и другими элементами формы. Оформительских подходов слишком много, и каждый из них может быть одобрен при условии, что известны концептуальные ключи, основные закономерности, позволяющие при любом подходе в использовании пространства и графики найти и выстроить форму газеты или журнала как гармоничную систему. Систему, находящуюся в наиболее полном соответствии с целями редакции, содержанием издания, запросами аудитории, потенциалом имеющейся у издательства техники и ее программного обеспечения.

Отметим некоторые, наиболее заметные, с нашей точки зрения, тенденции в развитии газетной и журнальной формы, обозначившиеся на исходе XX и в начале XXI веков.

Наблюдается сближение газетной и журнальной формы. Признаки конвергенции проявляются в том, что газеты используют традиционно журнальные приёмы оформления, а журналы кое-что заимствуют из газетной вёрстки. Появляются издания, имеющие гибридную форму, сочетающие формные признаки того и другого вида периодики. Например, издание может иметь обложку, но печататься на газетной бумаге и практиковать газетную вёрстку. Происходит сближение форматов газеты и журнала. Уменьшается количество газет, выходящих крупным форматом. В среднем значительно увеличился объём газетных изданий. Признаки различия двух видов периодики остаются очевидными, но уже существенно размытыми.

В газетных и журнальных изданиях разных типов увеличивается количество околотекстовых заголовочных элементов. Усложняются заголо-

вочные комбинации. Растёт роль анонсирования. В газетах формата А3 и близких к нему по размерам первая полоса стала исключительно анонсовой. Появляются новые приёмы анонсирования избранных публикаций. В крупноформатных газетах почти все публикации, начатые на первой полосе, переносятся на внутренние полосы.

Весьма активно проявляет себя такая тенденция, как визуализация печатной периодики. Растёт объём информации, получаемой читателем на первой, ознакомительной стадии восприятия из анонсов, иллюстраций, заголовочных элементов, условных графических ориентиров. Всё более весомой становится роль инфографики. Расширяется иллюстрационное пространство, увеличивается количество изобразительных ориентиров. Растёт количество составных, синтезированных изображений. Крупные фотографии, утвердившись на первых полосах газет, всё чаще появляются и на внутренних полосах.

Поднялось на новую ступень такое качество журнальной и газетной формы как системность. В связи с этим всё более заметной становится роль условного ориентирования читателей. Совершенствуется и обновляется арсенал приёмов и средств пространственного ориентирования – навигации. Многие газеты и журналы моделируются как на уровне издания в целом, так и на уровне разделов и рубрик.

Повышается культура шрифтового оформления периодических изданий по таким параметрам как системность, функциональность, эстетика, удобочитаемость. Постепенно увеличивается среднее значение кегля текстового шрифта.

Обозначилась новая ступень эстетизации формы периодических изданий, в особенности журнальных. Повышается художественный уровень в оформлении журнальных обложек. Уделяется больше внимания ритмической организации формы, изящным графическим и композиционным решениям, тонкой нюансировке, взвешенному использованию контрастов.

В иллюстрированных журналах прочно утвердились ориентирующие комбинации (сочетания заголовочных, изобразительных и графических элементов), занимающие полный разворот, иногда – два или три разворота. Вошла в журнальную практику и развивается форма политекстовой публикации (темы номера) – подборки различных текстов на одну тему, структурно обозначаемой и оформляемой единым целым. В иллюстрированных журналах всё более заметное положение занимают значительные по объёму (количеству занимаемых страниц) многокадровые фотопубликации – фотоочерки, фоторепортажи, фотосериі. В таких публикациях сопровождающему тексту отведено весьма незначительное место. Заметно

возросло в иллюстрированных журналах количество фотографий, занимающих полный разворот, невзирая на проблему сгиба, снижающего удобочитаемость изображения (в значительной мере это компенсируется повышением удобочитаемости деталей в незатронутых сгибом зонах крупного фото). В журналах, особенно массовых, постепенно усложняется структура указателей содержания, увеличивается их информативность и степень иллюстрированности. Многие журналы стали использовать цветные маркеры разделов и рубрик в целях условного ориентирования читателя в структуре и пространстве издания.

Большинство отмеченных тенденций, определяющих эволюцию газетной и журнальной формы на современном этапе, так или иначе, связаны с повышением удобочитаемости периодического издания и в первую очередь — с усложнением структуры и функциональным совершенствованием аппарата ориентирования читателя.

До сих пор актуален вопрос, поставленный исследователями журналистики на исходе двадцатого века: уходит ли печатная периодика в прошлое? Окажется ли она востребованной в информационном обществе завтрашнего дня? Имеет ли смысл заниматься дальнейшим изучением газетной и журнальной формы, если от этой формы спустя несколько десятков лет не останется и следа? Впрочем, виртуальный след останется в любом случае, поскольку форма электронного издания вышла из формы печатного издания, как когда-то форма газеты вышла из формы книги. Пока мы говорим об электронных версиях бумажных изданий, а не о бумажных версиях электронных газет и журналов. По мнению авторитетных знатоков истории и теории масс-медиа, на сегодняшний день печатную периодику рано списывать со счетов. «Печатные СМИ вступают в пятый век своего существования и, похоже, продолжают своё существование в эру высоких технологий. Пред-

сказания об их конце, которые высказывались многократно в течение последних сорока лет, оказались несостоятельными. Думаю, бумажные издания — и газета, и журнал — будут всегда. Хотя бы в силу чисто практических удобств бытования: лёгкая в физическом смысле «переносимость», простое и независимое хранение, возможность чтения в самых невероятных местах и условиях, независимость от источников энергопитания — делают их незаменимыми. Это если не считать простого интереса большого контингента людей именно к бумажной форме издания» [1, 13].

В настоящее время печатные периодические издания функционируют в жёсткой конкурентной среде. Между печатными и электронными СМИ продолжается борьба за аудиторию. Чтобы сохранить имеющуюся читательскую аудиторию и привлечь новых читателей, печатной прессе необходимо максимально эффективно использовать свои преимущества и ресурсы. Одним из таких ресурсов является удобочитаемость периодического издания, его эргономические характеристики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акопов А.И. Ретроспективный взгляд на развитие СМИ и их современное состояние на фоне технологических инноваций / А.И. Акопов // Современные проблемы журналистской науки. Ежегодный сборник научных статей. Составитель В.В. Тулупов. — Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2010. — С. 3-17.
2. Волкова В.В. Дизайн газеты и журнала / В.В. Волкова, С.Г. Газанджиев, С.И. Галкин, В.П. Ситников. — М., Аспект Пресс, 2003. — 224 с.
3. Оформление периодических изданий / Под ред. А.П. Киселева. — М., МГУ, 1988. — 160 с.
4. Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / В.В. Тулупов. — Воронеж, Воронежский университет, 2000. — 336 с.

Васильев С.Л.
Кубанский государственный университет.
Кандидат филологических наук
e-mail: wasiljewsl@mail.ru

Vasiliew S.L.
Kuban State University.
Assistant Professor of faculty of journalism.