

ИДЕНТИФИКАЦИОННОЕ ОРИЕНТИРОВАНИЕ ЧИТАТЕЛЕЙ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ: ЗАДАЧИ И ИНСТРУМЕНТЫ

С. Л. Васильев

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

Поступила в редакцию 15 декабря 2016 г.

Аннотация: *эта статья посвящена удобочитаемости периодических изданий, ориентированию читателей. Эффективное функционирование аппарата ориентирования читателя повышает удобочитаемость газеты и журнала. В центре внимания автора – задачи и инструменты идентификационного ориентирования читателей.*

Ключевые слова: *аппарат ориентирования читателя, идентификационное ориентирование читателей, инструменты ориентирования читателя, удобочитаемость периодического издания.*

Abstract: *this article is about periodics readability, about reader – orientation. The effective functioning of the reader-orientation apparatus improves the readability of newspaper and magazine. The tasks and instruments of identification orienting readers are in the center of author's attention.*

Keywords: *reader-orientation apparatus, identification orienting readers, instruments of reader-orientation, periodics readability.*

Ориентирование читателей принадлежит к числу ведущих функций формы медиаиздания. Конструкция и печатного, и сетевого издания представляет собой ориентирующую систему. Каждый элемент этой конструкции несёт в себе ту или иную ориентирующую информацию.

Важнейшей составляющей конструкции как печатного, так и сетевого издания является аппарат ориентирования читателя. Механизм его действия в первом существенно отличается от механизма его действия во втором. В первую очередь это обусловлено различиями в условиях и алгоритмике читательского восприятия интернет-издания и печатного издания.

Аппарат ориентирования читателя выступает ключевым фактором удобочитаемости издания. Как смоделированная система, он предназначен для управления не только вниманием читателя, но и алгоритмикой процесса восприятия издания. Данная система управляет избирательностью и последовательностью читательского восприятия. От заданного алгоритма восприятия зависит объём полученной читателем полезной информации, на поиск которой он был нацелен. Поэтому эффективность функционирования медиаиздания напрямую связана с эффективностью функционирования его аппарата ориентирования.

Аппарат ориентирования передаёт читателю информацию предварительного, ориентирующего, направляющего, сигнального характера, открывающую вход к информации следующего уровня, как

правило, более подробной. Ориентиры выступают в качестве указателей, проводников, сигналов, знаков того или иного содержания. Основными, с нашей точки зрения, являются следующие виды ориентирующей информации.

Информация-идентификатор. Читатели сталкиваются с ней на всех ступенях восприятия медиаиздания, получая ответ на вопрос «Что это?». В первую очередь информация-идентификатор позволяет читателю безошибочно опознать само издание. Кроме этого читателю нужно точно понимать, с какими графическими элементами и присущими им функциями он имеет дело. Необходимая мера удобочитаемости предполагает чётко выраженную зрительную дифференциацию различных по функциям элементов, мгновенное распознавание всех составляющих конструкции издания.

Информация о степени значимости выпуска, рубрики, публикации, части текста, иллюстрации и т. д.

Информация о структуре издания, выпуска, раздела, рубрики, публикации, околотекстовой заголовочной комбинации, иллюстрационного ряда.

Информация о содержании издания, выпуска, рубрики, публикации, части публикации.

Информация об авторе рубрики (колонки), публикации, текста публикации, иллюстрации.

Навигационная информация. Она указывает на расположение раздела, публикации, части публикации, перенесённой на другую страницу и т. д.

Информация об устройстве текстового поля издания – совокупности текстовых частей всех редакционных материалов.

Каждому из названных видов ориентирующей информации соответствует определённая функция аппарата ориентирования читателя. Его устройство обусловлено функциями.

Исходя из этого в устройстве аппарата ориентирования читателя можно выделить службы опознавательного ориентирования (идентификации), ценностного ориентирования, ориентирования читателя в структуре издания, в его содержании, в авторстве публикуемых материалов, в пространстве издания (служба навигации), в структуре текстового поля.

Когда дело касается ориентирования читателей, отечественные и зарубежные исследователи медиадизайна обычно прибегают к термину навигация, максимально расширяя его значение [1; 2]. Мы называем навигацией только пространственное ориентирование читателя [3]. Примерно такое же значение вкладывает в этот термин и Джеймс Феличи: «Существуют стандартные элементы страницы, которые можно назвать средствами навигации. Они сообщают, в каком месте документа вы находитесь, где найти что-либо и куда следовать далее» [4, с. 325].

Каждая служба аппарата ориентирования читателя располагают определённым набором инструментов, необходимых для выполнения конкретных задач по передаче читателю ориентирующей информации того или иного вида.

В рамках этой статьи мы кратко рассмотрим задачи опознавательного, или идентификационного ориентирования читателя и тот набор основных инструментов, который применяется для решения этих задач.

Опознавательные ориентиры дают читателю возможность не только идентифицировать издание. Опознавательная ориентация осуществляется и внутри издания. В рамках этого процесса, например, происходит узнавание определённых элементов конструкции издания. Точная идентификация возможна лишь тогда, когда всякий элемент газетной или журнальной конструкции будет располагать индивидуальной формой. Необходимы явные, не вызывающие сомнений и разночтений размерные и графические отличия. Например, читатель идентифицирует выноску (выделенный и дублируемый фрагмент текста) благодаря особому формату набора, шрифтовому оформлению и расположению. Или распознаёт такой элемент, как заголовок благодаря более крупному кеглю в сравнении с кеглем рубрики и подзаголовка. Если кегль заголовка будет превышать кегль подзаголовка только на два-три пункта, читатель может испытать затруднения в идентификации названных заголовочных элементов.

Опознавательная ориентация изначально по своей сути. С неё начинается ориентационный процесс в целом, каждый его этап, каждая стадия и каждый акт.

Опознавательные ориентиры, с нашей точки зрения, действуют в отношении конкретного читателя на нескольких уровнях, определяемых алгоритмом восприятия издания. Можно говорить о таких уровнях идентификационного ориентирования, как вид издания, его тип, определённое издание, структурное подразделение издания, отдельная публикация, определённый компонент конструкции издания, текст публикации. В соответствии с обозначенными уровнями функционирования службы опознавательного ориентирования (службы идентификации) можно сформулировать стоящие перед ней задачи.

Указать читателю на вид и тип издания.

Обеспечить идентификацию издания.

Предоставить читателю средства идентификации постоянных структурных подразделений издания – разделов, рубрик, рекламных блоков, особых функциональных блоков (к ним мы относим указатель содержания, индекс – именной алфавитный указатель, обложку, выходные данные).

Предложить инструменты для быстрой идентификации конкретных публикаций (тех, на которых остановил свой выбор читатель, воспользовавшись аванпостовыми средствами ориентирования – анонсами и указателем содержания).

Помочь читателю безошибочно идентифицировать любые функциональные элементы издания: заголовочные средства, иллюстрации, подписи к иллюстрациям, авторские подписи, колоннитулы, колонцифры, текстовые колонки, инициалы, выделенные фрагменты текста, абзацы, строки, различные пробелы, всевозможные навигационные знаки и т. д.

Обеспечить идентификацию шрифтовых знаков и их комбинаций (слов, предложений).

Первая задача. Инструментами идентификации вида периодического издания служат зрительно воспринимаемые читателем конструктивные и графические признаки, позволяющие (за исключением довольно редких гибридных конструкций) отличать газетную форму от журнальной.

Наличие обложки. У журналов она есть, у газет, как правило, её нет.

Формат. Размеры газетной страницы в большинстве случаев превосходят размеры журнальной страницы.

Объём (количество страниц). Этот идентификатор начинает терять свою актуальность. Впрочем, на сегодняшний день газеты уступают по количеству страниц журналам.

Вёрстка. До сей поры сохраняется немало различий в журнальной и газетной вёрстке, хотя примеров взаимовлияния становится всё больше.

Тип бумаги. В большинстве случаев журналы печатаются на бумаге, отличающейся по нескольким характеристикам от бумаги, на которой печатаются газеты.

Инструментами идентификации типа издания становятся типоформирующие признаки, воспринимаемые читателем визуально.

Объём в определённой степени позволяет судить о периодичности (количество страниц в ежедневной газете, как правило, значительно меньше, чем в еженедельной);

Стиль оформления может указывать на степень «бульварности» издания, на возраст аудитории и её пол, позволяет уверенно отличать научные журналы от научно-популярных и т. д.

Степень иллюстрированности. Этот признак, к примеру, позволяет различать массовые и научные журналы, художественно-публицистические и «женские».

Характер иллюстрационного ряда, виды используемых изображений. Например, в детских или сатирических изданиях преобладают рисованные иллюстрации, в деловых и научных активно используется инфографика.

Кегль текстового шрифта. В детских газетах и журналах он, как правило, на порядок крупнее, чем в изданиях, предназначенных для взрослых читателей.

Для осуществления второй задачи служба опознавательного (идентификационного) ориентирования читателя располагает следующими инструментами.

Неповторимая композиционно-графическая модель первой полосы (первой страницы обложки в журнале). Это весьма эффективный и, пожалуй, ключевой для постоянного читателя, инструмент идентификации издания. Он может сработать ещё до того, как в поле зрения окажется титул.

Титул (название издания). Этот важнейший опознавательный ориентир эффективен и для постоянных читателей, и для тех, кто впервые видит издание, или не обращался к нему в течение долгого времени.

Расположение и оформление титульного комплекса. Данный условный ориентир как инструмент идентификации издания актуален только для постоянных читателей. Например, характерными чертами титульного комплекса газеты «Вечерняя Москва», гарантирующими идентификацию, являются выворотка на фоне кирпичного оттенка и изображение ордена Трудового Красного Знамени, расположенное справа от титула.

Общая композиционно-графическая модель издания актуальна для идентификации издания по его внутренним полосам.

Выходные данные. Где бы ни располагался этот постоянный блок, он поможет любому читателю идентифицировать издание.

Формат издания. Чем реже применяется избранный для издания размер страницы, тем эффективнее работает данный инструмент идентификации. В целом же его значимость невысока, так как один

и тот же формат или близкие по размерам и конфигурации форматы используют многие газетные и журнальные издания.

Объём издания. Действуя в комбинации с форматом, этот инструмент позволит читателю отличить друг от друга многие издания, например «Известия» и «Аргументы и факты».

Конструктивные особенности издания. В качестве примеров можно привести особую конструкцию обложки, вклейки, вставки, особый крепёж бумажного блока в журналах. Скажем, особую конструкцию раскладной обложки использует журнал «РБК». Конструктивной особенностью ежедневной газеты «РБК» является её суперобложка (думается, этот термин, обозначающий один из компонентов конструкции книги, в данном случае наиболее уместен) из плотной глянцевой бумаги, на которой дублируется титульный комплекс и размещается реклама.

Тип бумаги. И плотность бумаги, и степень её гладкости, и цветовой оттенок могут служить читателю идентификационными ориентирами. Некоторые журнальные и даже газетные издания применяют два типа бумаги, что также способствует зрительной и тактильной идентификации издания.

Композиционно-графическая модель последней полосы. В определённых случаях возникает необходимость идентификации газетного издания по его последней странице. Журнальное издание можно идентифицировать по четвёртой странице обложки, если в её модели есть характерные особенности.

Как правило, быстрая и точная идентификация издания становится возможной при совместном действии нескольких ориентиров.

Рассмотрим инструменты, пригодные для решения третьей задачи.

Рубрикация. Газеты и журналы, в зависимости от типа и объёма, используют одноуровневые, двухуровневые и намного реже трёхуровневые варианты рубрикации. Вербальные обозначения (названия разделов, рубрик) применяются в большинстве структурных подразделениях издания.

Постоянное расположение в пространстве издания, разворота, полосы. За каждым структурным подразделением (разделом, рубрикой, колонкой редактора, указателем содержания, выходными данными) закрепляется своё место в соответствии с пространственной и структурной моделями издания.

Особый тип бумаги. Какой-либо вкладыш в газете, газета в газете, определённый раздел или несколько разделов в журнале могут печататься на бумаге иного типа. Условное опознавательное ориентирование такого рода эффективно лишь по отношению к постоянным читателям издания.

Цветовая маркировка структурного подразделения. Данный идентификационный инструмент чаще используется в журналах, нежели в газетах.

Каждому тематическому разделу присваивается свой цвет, в который окрашиваются рубрики, заголовки, инициалы, подложки и прочие элементы, но не все подряд, конечно.

Индивидуальная композиционно-графическая модель постоянного структурного подразделения. Речь идёт о двухуровневом композиционно-графическом моделировании, когда внутри общей модели формируются особые модели избранных рубрик. Это условное опознавательное ориентирование направлено на постоянных читателей. Например, собственную композиционно-графическую модель в еженедельной газете «Аргументы и факты» имеет подборка высказываний известных персон на второй полосе, которые иронично комментируют С. Репов и А. Фуфырин.

Для реализации четвёртой задачи в арсенале службы опознавательного ориентирования имеются следующие инструменты.

Заголовочная структура публикации. В ней должен быть заголовочный элемент (в качестве такового чаще выступает заголовок), адекватный или весьма близкий синтаксически и лексически элементу, присутствующему в анонсе или указателе содержания. Таких элементов может быть несколько (например, рубрика, заголовок и подзаголовок).

Композиционно-графическая модель рубрики, в рамках которой печатается искомый материал. Инструмент работает только для постоянных читателей, знающих, в какой рубрике следует искать нужную публикацию, и идентифицирующих эту публикацию по её оформлению, адекватному особой оформительской модели рубрики.

Иллюстрация. Данный инструмент срабатывает в том случае, если иллюстрация была включена в анонс, или указатель содержания. Весьма эффективным идентификатором является портретная фотография (лучший вариант – крупный план).

Отдельные ключевые слова в заголовочных элементах публикации, «прозвучавшие» в анонсе или указателе содержания. Околотекстовая заголовочная структура публикации в некоторых изданиях почти полностью отличается от заголовочных структур анонса и соответствующей ячейки в указателе содержания. Только одно ключевое слово может оказаться общим. И оно становится идентификационным ориентиром.

Номер страницы, указанный в анонсе, строке переноса или указателе содержания также может выступать идентификатором публикации. Это цифровое значение, указывающее страницу, где начинается материал, по существу становится присвоенным публикации кодом, который не даст читателю «сбиться с пути» даже в том случае, когда содержание анонса не совпадает и не согласуется с содержанием околотекстовых заголовочных элементов. Такой цифровой код может быть чуть более сложным и включать

номера страниц начала и окончания публикации. Безусловно, рассматриваемый идентификатор более эффективен в журналах, где многие публикации располагаются на нескольких страницах.

Инструменты, указанные ниже, привлекаются службой идентификации для выполнения пятой задачи.

Устоявшаяся графическая форма (графическая модель) функционального элемента. Устойчивые графические модели различных функциональных элементов газетной и журнальной конструкции складывались долгое время. Это традиционные модели, традиционные формы. Благодаря типографическим традициям читатель без труда идентифицирует в разных по типу и графической модели изданиях буквицу (инициал), различные заголовочные элементы, текстовую колонку, такую её часть, как абзац, и многие другие элементы. Большинство конструктивных элементов имеют общую формальную основу, но в разных изданиях им присущи индивидуальные черты. При разработке графической модели издания за счёт выбранных нюансов определяется особая форма каждого функционального элемента.

Устойчивое расположение функционального элемента по отношению к другому элементу. Например, такой заголовочный элемент, как подзаголовок, размещается обычно (но не всегда) ниже заголовка. Вводка, инициал располагаются в начале текстовой части публикации.

Установленный композиционно-графической моделью размер функционального элемента в соотношении с размером другого, близкого по назначению элемента. В качестве примеров можно привести такие пары: кегль заголовка – кегль подзаголовка, кегль инициала – кегль основного текстового шрифта.

Читатель должен легко распознавать любой элемент информационной конструкции издания и его функцию. Допустим, форма заголовка будет совпадать с формой рубрики, форма вводки с формой выноски, форма авторской подписи с формой текстовой строки. В этом случае неизбежна дезориентация читателя.

Наконец, назовём инструменты, которые могут быть задействованы службой опознавательного ориентирования для решения шестой задачи.

Традиционное построение шрифтового знака, его общепринятая графема. Для подачи текста необходимо использовать наборные шрифты с классическим рисунком шрифтового знака. В этом случае шрифтовые знаки идентифицируются читателем максимально быстро. Акцидентные, декоративные и стилизованные шрифты, в которых форма шрифтового знака может быть весьма нестандартной, для текстового набора не пригодны, поскольку осложняют и замедляют чтение текста.

Пробельное пространство (контрформа) вокруг шрифтового знака. Оно создаётся за счёт интерлиньяжа, апроша, абзацного отступа, межсловного пробела и пробела в неполной концевой строке абзаца. Читатель видит и распознаёт шрифт благодаря пробельному пространству. Нет контрформы – нет восприятия, нет идентификации шрифтовых знаков.

Выверенные по размеру пробелы между словами. Когда-то текст обходился без них, но эти времена остались в далёком прошлом. В новгородском «Остромировом Евангелии», написанном в 1056 году, не было деления на слова. Членение текста осуществлялось лишь на уровне предложений при помощи точки, которая располагалась не на нижней линии шрифта, в середине высоты рукописного шрифтового знака. В тексте этого евангелия обращают на себя внимание просторные межбуквенные пробелы. При этом межсловные пробелы отсутствуют. Точнее говоря, последние по величине не отличаются от первых. Современный читатель вряд ли согласился бы с отсутствием ясно обозначенных межсловных пробелов, структурирующих набор и позволяющих легко идентифицировать его важнейшие единицы – слова.

Точка в конце предложения, прописной знак в его начале, пробел между точкой и прописным знаком (можно обойтись и одной точкой, но это разрушит привычный для читателя рисунок и ритм набора). Названные инструменты, служащие для структурирования шрифтового набора, одновременно являются инструментами его адекватной идентификации.

Знак переноса слова в нижестоящую наборную строку. Он соединяет две части разорванного слова. Точная идентификация разъединённой комбинации шрифтовых знаков, составляющих перенесённое слово, чрезвычайно важна для эффективного читательского восприятия текста.

Значение слова, смысл предложения. Семантические идентификаторы очень важны. Можно убрать все формальные идентификаторы: точку в конце предложения, следующий за ней пробел, прописной знак, означающий начало следующего предложения. И такой текст будет восприниматься. Восприниматься благодаря только одной семантике.

*Институт гуманитарных наук Балтийский федеральный университет им. И. Канта
Васильев С. Л., доктор филологических наук, профессор
E-mail: wasiljewsl@mail.ru*

Правильная, завершённая структура предложения. Даже бессмысленное предложение воспринимается читателем как предложение, когда оно имеет правильную, соответствующую синтаксическим нормам структуру. Если синтаксическое построение предложения не соответствует устоявшимся нормам, у читателя возникают затруднения с идентификацией предложения как важнейшей структурной составляющей текста. Процесс восприятия текста нарушается.

По нашему мнению, в процессе восприятия периодического издания наиболее значимыми для аудитории являются инструменты идентификации структурных подразделений издания и функциональных элементов его конструкции.

Инструменты ориентирования формируют и закладывают в конструкцию издания его проектировщики. Эффективными следует считать такие инструменты, которые адекватно воспринимаются дизайнерами и читателями, то есть ориентирующими и ориентируемыми.

Инструментарий аппарата ориентирования читателя газеты существенно отличается от инструментария аппарата ориентирования читателя журнала. Более того, набор ориентирующих инструментов, используемый конкретным изданием, в заметной мере зависит от его типа.

В большинстве актов идентификации читатель пользуется не одним инструментом, а несколькими. Идентификационные ориентиры, воспринимаемые читателями в первую очередь, взаимодействуют друг с другом и далее с ориентирами других типов, поддерживая успешное развитие ориентационного процесса в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беляев А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта / А. А. Беляев. – URL: <http://www.mediascope.ru>. – Выпуск № 2. – 2009.
2. Васильев С. Л. Удобочитаемость газеты и журнала / С. Л. Васильев. – Воронеж, 2010.
3. Гарсиа М. Как сделать содержание компактным / М. Гарсиа // КАК. – 2005. – № 2. – С. 23–25.
4. Феличи Д. Типографика : шрифт, вёрстка, дизайн / Д. Феличи. – Санкт-Петербург, 2004.

*Institute of Humanities of BFU them. Kant
Vasilyev S. L., Doctor of Philology, Associate Professor
E-mail: wasiljewsl@mail.ru*