

## **Вузовские газеты: высказаться невербально**

Ритм жизни современного белорусского общества непрерывно ускоряется, увеличиваются масштабы и темпы распространения и восприятия информации человеком. В сложившихся условиях телевидение, интернет-СМИ, мобильные новостные приложения вынуждены повышать «юзабилити» медиаконтента с целью создания комфортных условий для мгновенного восприятия сообщений аудиторией. Газеты равным образом совершенствуют системы ориентирования, архитектонику, улучшают удобочитаемость полос, структуру публикаций. Вместе с тем достигнуть желаемой целостности восприятия информации читателем, выделения им сути в объемных текстовых массивах прессы может позволить разработка четкой системы визуальных индикаторов.

Иллюстрации, информационная графика (схемы, таблицы, карты и др.) и другие невербальные элементы композиционно-графической модели печатного издания обладают высокой степенью визуальной выразительности, позволяя читателю молниеносно сканировать информацию и трактовать ее без предварительного знакомства с текстом публикации. Об этом свидетельствуют результаты шведских исследователей К. Холмквиста и К. Вартенберга, которые пришли к выводу, что 55 % времени читатель газеты расходует на чтение, а 45 % – сканирует информацию, останавливая взгляд на самых привлекательных элементах – «точках входа» [1]. В зависимости от их концентрации, позиционирования на полосе, формы и размеров эффективность удержания и подчинения внимания аудитории в различных газетах отличается.

В газете Гродненского государственного медицинского университета «Эскулап» фотоиллюстрация выступает в качестве исходной точки знакомства читателя с содержанием номера и публикаций. Интенсивнее, чем другие вузовские издания, газе-

та варьирует конфигурацию и размер фотографий, размещает снимки с пойманными в движении героями, объектами, расположенными в необычных ракурсах, и соответствующим содержанию материала настроением. Вместе с тем скругление углов иллюстраций и придание тени фотоснимкам на фоне современных приемов графического моделирования (использования полноцветных полуполосных снимков, технологии размытых полей и контуров снимков, распределения изобразительных акцентов на полосе в соответствии с размерной иерархией) представляются избыточными способами акцентирования. В этой связи наиболее гармоничным выглядит графическое решение российской газеты Челябинского государственного университета «Университетская набережная». В издании используются актуальные приемы навигации, среди которых формирование четкого визуального центра, создание хроматических акцентов факультативных элементов полосы, использование инфографики, «врезок», «обтравки». Последний прием – удаление фона, окружающего человека на снимке, дает возможность бильдредактору размещать фотографии относительно «горизонта» полосы по его усмотрению: направлять взгляд в нужном направлении, позволять «опереться» на таблицу, график, колонку текста. Российский исследователь газетного дизайна В. Скоробогатько называет удаление фона снимка знаком индивидуальности и изобретательности, подчеркивая, что лишение фотографии фона и рамки обеспечивает бесспорное зрительское внимание объекту [2, с. 77]. Тем не менее, существует определенная опасность верстки с «обтравкой». Она значительно затрудняет восприятие текста, и в случае обтекания иллюстрации по левому краю делает его нечитабельным. Доказано, что среднее время экспозиции, необходимое для правильного восприятия объекта на фотографии без функционального фона (изображение предмета, позволяющее осуществить функцию, ради которой этот объект создан), на 33 % меньше, чем для фотографий с фоном [3, с. 103]. Поэтому весьма убедительны доводы исследователя дизайна периодики С. Самолетова о том, что этим приемом следует пользоваться нечасто и лишь в тех случа-

ях, когда иллюстрация в урезанном виде представляет собой фигуру, близкую к правильной (круг, овал, треугольник) [4, с. 110]. В то же время совмещение текстовых и выразительных графических материалов в самостоятельное сообщение на полосе привлечет читателя. Исследования К. Холмквиста и К. Вартенберга показывают, что материалы, публикуемые в сочетании с графическими элементами, быстрее обращают на себя внимание аудитории и дольше удерживают его. При этом читатели останавливают свой взгляд на подобных публикациях более длительное время, чем на «голых» текстах [1]. Как следствие увеличивается продолжительность знакомства с материалом.

Значительная часть вузовских газет («Академия», «Гомельскі ўніверсітэт», «Диалог», «Трибуна», «Вести БелГУТа», «Эканаміст», «Параллель») использует фотоматериал бессистемно, не расставляя смысловые и оформительские акценты. Газеты «Трибуна», «Вести БелГУТа», «Эканаміст» изобилуют постановочными групповыми и одиночными портретами героев, с напряжением глядящими в объектив, протокольными фотоштампами, для которых характерны статичность кадра, неплотная композиция, отсутствие единого композиционного центра и «настроения». В изданиях «Диалог» и «Гомельскі ўніверсітэт» хаотичное размещение в публикациях схожих по жанру, форме и размерам фотографий затрудняет восприятие сопутствующего текста – колонки материалов разделяются иллюстрациями на разрозненные части. Как следствие, издания нарушают принцип целостности, что накладывает отпечаток на архитектуру тексто-графических компонентов полосы и номера.

Закономерно возникает необходимость повышения уровня иллюстрирования титульной страницы вузовских газет. Оформители «Вестей БелГУТа», «Эканаміста», «Параллели» и многих других корпоративных изданий забывают о возможности диверсификации жанров, форм и методов подачи фотографий на первой полосе. Вереница снимков узнаваемых, известных в студенческой среде и университетской жизни людей, безусловно, вызывает интерес у целевой аудитории изданий. Вместе с

тем поиск графической выразительности титульной страницы не должен ограничиваться небольшими фотопортретами героев социальной жизни вуза. В практике современных печатных СМИ (равно как в теории фотожурналистики) легко обнаружить множество иллюстративных решений первой полосы, способных привлечь к ней внимание читателя с первого взгляда. Среди них: фотозарисовки, фоторепортажи, фотокомментарии, рисунки, фотомонтажи и коллажи, т.п. Их компоновка с основной публикацией, иллюстрированным анонсом, новостной подборкой и другими графическими элементами не только превращает титульную полосу в визуально экспрессивную и содержательно интересную обложку, но также определяет оформительскую модель издания. Если «лицо» газеты композиционно и графически не структурировано, вряд ли стоит ожидать гармоничной системы визуальных ориентиров внутри номера.

В прессе высших учебных заведений невербальные элементы применяются все более активно. Выступая графическими доминантами полосы, иллюстрации, инфографика и другие графические компоненты выражают зачастую больше информации, нежели слово. Для того, чтобы они приобрели высокую степень визуальной выразительности, мгновенно воспринимались и интерпретировались читателем без предварительного знакомства с текстом, следует четко определять их место в структуре номера в зависимости от значения и темы, устанавливать оптимальные размеры и количество визуальных индикаторов на каждой полосе, придерживаться разнообразия в формах и размерах. Наиболее сбалансированная концентрация и позиционирование визуальных элементов могут быть достигнуты благодаря результатам исследований Гюнтера Кресс и Тео ван Лиувена, которые выявили ключевые особенности восприятия читателем информации в газете:

1. Читатели ожидают увидеть сообщения общего характера в верхней части полосы, а наиболее специфичные – в нижней.
2. Читатели газет хотят увидеть актуальные, важные публикации в центре полосы, а менее важные – на ее периферии.

3. Читатели, в первую очередь, ищут на полосе графически выделенные элементы.

4. Читатели желают увидеть на страницах издания тексты, набранные шрифтом, отличающимся от шрифта основного текста.

5. Взгляд читателя следует за элементами, на которые указывают линии и стрелки.

6. Читатели «сканируют» полосу, прежде чем приступить к более глубокому прочтению интересующих их материалов [6].

Следует также помнить о степени воздействия «точек входа» на восприятие читателя, максимум которой принадлежит графике (80 %), 75 % – фотографиям, 56 % – заголовкам и всего 25 % – текстам [5]. При выраженной сегодня тенденции к визуализации сообщений в печатных СМИ придание снимкам, схемам, графикам, таблицам, рисункам цветности позволит создать мощный эмоциональный стимул для привлечения целевой аудитории к газете.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Holmqvist, K. The role of local design factors for newspaper reading behavior – an eye-tracking perspective /

K. Holmqvist, C. Wartenberg // Lucs [Electronic resource]. – 2005. – Mode of access : <http://www.lucs.lu.se/LUCS/127/LUCS.127.pdf>. – Date of access : 26.08.2013.

2. Скоробогатько, В. Круглим, квадратим, вертим... / В. Скоробогатько // Журналист. – 2010. – № 6. – С. 74–77.

3. Антонов, А.В. Информация: восприятие и понимание / А.В. Антонов. – Киев : Наук. думка, 1988. – 182 с.

4. Самолетов, С.А. Выпуск газетного номера / С.А. Самолетов. – СПб. : Роза мира, 2006. – 122 с.

5. Holmqvist, K. Reading or scanning? A study of newspaper and net paper reading / K. Holmqvist, J. Holsanova, M. Barthelson, D. Lundqvist // Lucs [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access : <http://www.lucs.lu.se/jana.holsanova/PDF/Holmqvist%20et%20al.pdf>. – Date of access : 27.08.2013.

6. Kress, G. Reading images. The grammar of visual design / G. Kress, T. Leeuwen // Carlosmoreno [Electronic resource]. – 2006. – Mode of access : [http://www.carlosmoreno.info/upn/2012/Kress,%20von%20Leeuwen\\_2006\\_Reading%20Images%20The%20Grammar%20of%20Visual%20Design.pdf](http://www.carlosmoreno.info/upn/2012/Kress,%20von%20Leeuwen_2006_Reading%20Images%20The%20Grammar%20of%20Visual%20Design.pdf). – Date of access : 27.08.2013.