

РОЛЬ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ ГРАФІЧНИМИ ЗАСОБАМИ В ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ

В. Е. Шевченко

В статье рассматриваются способы визуального воздействия на читателя периодических изданий. В печатных изданиях влияние информации на читателя в значительной мере зависит от его внешней формы – читатель сначала воспринимает материал глазами. Поэтому от расположения, соседних материалов, заголовков, изображений, выделения декоративными элементами и других способов выделения и акцентирования зависит, будет ли вообще материал прочитан читателем.

Ключевые слова: информация, текст, изображение, интерпретация, акцентирование, графическое оформление, восприятие, периодические издания

У статті розглядаються способи впливу на читача періодичних видань візуальними засобами. У друкованих виданнях вплив інформації на читача значною мірою залежить від її зовнішньої форми – читач спочатку сприймає матеріал очима. Тому від розташування, сусідніх матеріалів, заголовків, зображень, виділення декоративними елементами та інших засобів виділення й акцентування залежить, чи буде взагалі прочитаний матеріал читачем.

Ключові слова: інформація, текст, зображення, інтерпретація, акцентування, графічне оформлення, сприйняття, періодичні видання

The article studies ways of visual influence on the reader of the periodic editions. In the printed editions the influence of the information on the reader greatly depends on its external form – reader at first perceives a material by eyes. Therefore the arrangement of neighboring articles, headings, images, the decorative elements allocation and other ways to mark out and accentuate all determine whether the material will be read by the reader.

Key words: information, text, image, interpretation, accentuating, graphic design, perception, periodic edition

Сучасна людина живе в оточенні інформації. Мета засобів масової інформації – не лише примусити людину прочитати або переглянути матеріал, який було підготовлено, але й зробити так, щоб саме він привернув увагу, запам'ятався, викликав певні емоції. При цьому одна й та ж сама подія подається кожним виданням відповідно до його концепції, маніпулювання фактами може привести до абсолютно різних результатів.

Вплив будь-якої інформації на читача значною мірою залежить від її зовнішньої форми – читач спочатку сприймає матеріал очима. Серед великої кількості різноманітних матеріалів, які різняться тематичною спрямованістю, структурою, обсягом, читач вибирає не лише такі, які зацікавили його змістом, але й ті, які „сподобалися” способами подання – розташуванням, кількістю додаткової інформації (врізи, підзаголовки, зображення, резюме тощо), оформленням й іншими показниками. Тому від місцеположення, сусідніх матеріалів, заголовків, зображень, виділення декоративними елементами та інших засобів виділення й акцентування залежить ефективність конкретного матеріалу.

Більшість сучасних дослідників способів маніпулювання свідомістю людини звертають увагу лише на змістовий аспект (С.М. Іваненко, А.К. Карпусь, С.Г. Кара-Мурза, С.М. Хантимиров, М.О. Хекало, Т.И. Шуришина). У наукових і навчальних виданнях, присвячених оформленню видань, розглядаються лише схеми композиційної побудови сторінок і графічні параметри текстів, заголовків, ілюстрацій (Г.П. Гнатів, М.А. Картер, В. Тулупов).

Досягнення бажаного практичного результату від надрукованого матеріалу залежить від знання закономірностей, які визначають послідовність сприйняття інформації у періодичному виданні. Більшість читачів сприймають сторінку з великою кількістю матеріалів у такій послідовності:

1. Розглядають зображення.
2. Переглядають заголовки.
3. Зупиняються на виділених фрагментах, врізах, підзаголовках.
4. Читають текстовий матеріал.

Якщо перші з перелічених елементів не привернуть увагу – текст залишиться непрочитаним. Оскільки візуальні засоби (фото, шрифти, лінійки, колір) несуть більше навантаження, вони повинні пропонувати читачеві що-небудь цікаве або незвичне, отже, і виконувати одне з завдань:

- привернути увагу читача;
- назвати основну думку матеріалу;

– виділити серед читачів тих, кому призначений матеріал, дозволяючи іншим пропустити непотрібний їм зміст, якщо вони побажають. Відомо, що цікава для одних інформація може виявитися непотрібною для інших;

– збудити читацьку зацікавленість змістом заголовка або зображення;

– створити сприятливе враження про сторінку та її зміст;

– забезпечити безперервність впливу всіх сторінок видання шляхом використання однакових стильових прийомів.

Актуальність. Журналістам, редакторам, авторам публікацій надзвичайно важливо знати психологічну структуру сприйняття газетного або журнального номера, безпомилково конструювати модель сприйняття читачем кожного окремого матеріалу, групи матеріалів, сторінки в цілому. Журналіст повинен тонко відчувати психологію читача, знати не тільки яка інформація для нього особливо цікава й актуальна сьогодні, але і яка інформація йому буде необхідна завтра, вміти створити передумови для її сприйняття, установити зв'язки між первинними елементами сприйняття інформації і більш глибокими рівнями її змісту. Особливо важливо організувати увагу читача в самий перший момент його знайомства з номером. „Увага є ті єдині двері нашої душі, через які входять до неї всі відчуття і всі образи...”, – писав відомий педагог К.Д. Ушинський.

Мета. Отже, для з'ясування впливу на читача графічних засобів оформлення сучасних періодичних видань, а також доречності тих чи інших візуальних засобів щодо досягнення бажаного впливу на суспільну думку необхідно виявити способи, форми і методи, якими здійснюється маніпулювання інформацією у виданнях з великою кількістю матеріалів на сторінку.

Будь-яку новину можна зробити акцентом номера або „сховати” від читача. Так, якщо матеріал однакового змісту та обсягу розташувати посередині сторінки разом із яскравою фотографією в оточенні лише текстових матеріалів – він стає акцентом сторінки, якщо ж десь внизу з невиразним заголовком біля кількох подібних за оформленням матеріалів – мало ймовірності, що він буде прочитаним. Таким прийомом легко приховати необхідну для публікації, але небажану для редакції інформацію.

Сучасний рівень інформування надшвидкий – існує величезна кількість способів отримання оперативної інформації через кілька хвилин після події завдяки телебаченню, радіо, internet, супутниковому зв'язку. Тому навіть оперативна інформація у щоденній газеті, а тим паче в журналі, повинна бути розтлумачена, пояснена, подана у розгорнутому вигляді.

Інтерпретована інформація значно полегшує читачеві сприйняття нових термінів, незнайомих назв та імен або ж нагадує про призабуті події, дістає з архівів цікаві фотографії. Іноді достатньо одного речення, щоб читач отримав необхідну інформацію. Ці пояснення представляють своєрідний словник, мініатюрну енциклопедію видання. Періодичні видання, що виходять кілька разів на місяць, виносять такі коментарі в окрему рубрику та на окрему сторінку. Тижневики важливій інформації можуть присвятити цілу сторінку або розворот з кількох матеріалами на одну тему, які тлумачать інформацію з різних точок зору, нерідко протилежних.

Додаткові пояснення здійснюються посиланням внизу статті (коментар-словник) іншим шрифтом, виділенням рамкою або підкладкою, відкресленням лінійкою; посиланням на статтю в іншому випуску або на іншій сторінці, коли застосовується фігурний елемент у вигляді стрілки, квадрата; винесенням пояснення у вріз.

Такі способи звільняють основний текстовий матеріал від пояснювальних речень, які відволікають увагу від основної теми, але тема стає зрозумілою читачеві, до того ж увага до статті привертається додатковими графічними елементами.

Основний текстовий матеріал і різновиди довідкової інформації обов'язково відрізняються графічно – не лише шрифтами, а й форматом набору, поєднанням з декоративними елементами. Причому додаткова інформація нерідко має власні заголовки (меншого розміру порівняно з основним заголовком), назву рубрики (постійної або разової). Композиція основних та додаткових текстів також грає значну роль у сприйнятті інформації, її тлумаченні.

Добірки є важливим способом інтерпретації та монтажу текстової та графічної інформації. Добіркою є композиція кількох матеріалів, що значно відрізняються, кожен із власним заголовком та підзаголовком або без них, відокремлені проміжками або однаковими декоративними елементами. Стаття – цілісний, монолітний текст, добірка ж має таку структуру: спільний заголовок або назва рубрики, епіграф (цитата), підзаголовки, 4-8 однотипних коротких текстів, зображень, які складають основний фактичний матеріал добірки – це може бути коротка новина, коментар, хроніка, малюнок, шарж, фото. Також можуть бути спільний для всієї добірки вступний та заключний коментар, зображальний матеріал.

Важливо, щоб стиль оформлення видання відповідав змісту та призначенню, до того ж постійність у застосуванні прийомів виділення та акцентування допомагає читачеві краще орієнтуватися на сторінках періодичного видання. Будь-яке незвичне оформлення відразу приверне увагу, стане акцентом.

Оформлення інформації про сенсаційну подію повинно вказувати на акцент номера. У читача формується звична модель знайомства з інформацією. Якщо ця модель у певному випуску порушується,

наприклад у зв'язку з важливим повідомленням на першій сторінці, у читача формується нова модель, зорієнтована на надзвичайне. І ця нова модель повинна виправдати себе, задовольнити потребу читача отримати цікаву інформацію, на яку він зорієнтувався.

Образна інформація розглядається як повноцінна і об'єктивна лише тоді, коли сполучається з текстовим коментарем. Більш того, один і той самий образ, супроводжений різними коментарями, отримує протилежний вплив. Але вплив на читача здійснює також і авторство матеріалу. Відома людина, фахівець чи журналіст, ім'я якого щось значить для читача, користується повагою. Тому будь-яка інформація, надрукована під знайомим прізвищем, буде вважатися авторитетною, вагомішою за інші матеріали на ту саму тему.

Висновки. Отже, візуальні засоби є дійовим способом маніпулювання інформацією. Існуючі способи візуальної інтерпретації інформації у сучасних періодичних виданнях можна звести до таких:

- 1) композиційний – розташування, місцеположення, групування, позиція щодо сусідніх матеріалів;
- 2) графічний – засоби акцентування і виділення;
- 3) архітектонічний – розгорнута система рубрикації;
- 4) структурний – порушення сталого моделі видання, незвичне оформлення;
- 5) персоніфікований – акцентування на особі автора – відомої людини, фахівця.

Звичайно, кожне періодичне видання орієнтується на свою групу читачів, і цією особливістю визначається самий дійовий спосіб маніпулювання інформацією. Знання законів сприйняття і композиційних закономірностей розкриває широкі можливості перед оформлювачами періодичних видань.

Література:

1. Гнатів Г. П. Єдність змісту і оформлення газетних публікацій // Журналістика. – К., 1979. – Вип. 6. – С. 88-99.
2. Іваненко С. М., Карпуть А. К. Лінгвостилістична інтерпретація тексту: Підручник для фак. іноземних мов ун-тів і пед. вищ. навч. закладів освіти. – К.: Київський держ. лінгвістичний ун-т, 1998. – 175с.
3. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція сознанием. – К.: Оріяни, 2000. – 445 с. – Глава 12. СМІ. “2 СМІ: маніпулятивна семантика и риторика. – С.154-160.
4. Картер М. А. Сучасний дизайн газет. – К.: Нац. ін-т Преси, 1998. – 18 с.
5. Лингвостилістическая интерпретация художественного текста: Метод. пособие / Башкирский гос. педагогический ун-т / С. М. Хантимиров (авт.-сост.). – Уфа: БашГПУ, 2000. – 28с.
6. Потапова Р. К. Речь: коммуникация, информация, кибернетика: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. «Автоматизированные системы обработки информации и управления», «Лингвистика». – М.: Радио и связь, 1997. – 528с.
7. Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе типологических признаков российских газет (филологический, философско-психологический и творческий аспекты): Автореф. дис... д-ра филол. наук: 10.01.10. – Краснодар, 2000. – 45 с.
8. Хекало М. О. Інтерпретація художнього тексту: Навч. посібник для студ. V курсу денного та заоч. відділень ф-тів інозем. мов пед. ун-тів / Сумський держ. педагогічний ун-т ім. А.С.Макаренка. – Суми: СумДПУ ім.А.С.Макаренка, 2002. – 220с.
9. Шевченко В. Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання // Наукові записки Ін-ту журналістики. – К., 2000. – Т.1. – С. 88-95.
10. Шуришина Т. И. Лингвостилістическая интерпретация художественного текста в аспекте взаимосвязи семантики цвета и ритмомелодики: Учеб. пособие / Черновицкий гос. ун-т им. Юрия Фельдковича. – Черновцы: Рута, 2000. – 64с.
11. Ушинский К. Д. Собр. соч. – Т.2. – М., 1948. – С. 374.

Поступила 27.02.2004 г.