

По данным исследования Headstream, если людям нравится история бренда, 55% с большей вероятностью купят его продукт в будущем, 44% поделится этой историей, а 15% приобретут товар или услугу сразу. Поэтому прежде чем его использовать, необходимо понимать, для каких целей будет использоваться этот инструмент.

Сторителлинг можно применять для:

- формирования знания, например, о издающей организации или новом проекте;

- повышения узнаваемости и доверия со стороны аудитории,
- установления эмоциональной связи с читателем-покупателем.

Для формирования краткой передачи информации необходимо учитывать эмоциональную составляющую, выделение главной мысли, создание напряжения, сделать потребителя главным в истории и укрепить доверие. Все эти требования и по сей день активно используются в сфере маркетинга и ни одна сеть не обходится без инфографики. Таким образом сторителлинг — это относительно новое понятие в медиасфере, однако сильно прогрессирующее и приносящее успех тем, кто грамотно им пользуется.

Исходя из всего сказанного можно отметить, что смысл и форма подачи необходимо информации должны сосуществовать в комбинации друг с другом. Так, например, простой текст должен быть представлен парой простых предложений, максимально точно отражающими суть всей объемной информации, а также не следует забывать о таком простом и лаконичном сопровождении в виде графической информации. При передаче любой сути и формы необходимо учитывать целевую аудиторию, от которой ясно и точно был поставлен запрос. Необходимо отследить и учесть все необходимые предпочтения потребителя. Не следует забывать и о конкуренции, которой в наши дни достаточно много. Каждый из производителей так или иначе будет продвигать свой продукт вне зависимости его качества. Поэтому большим спросом пользуются те производители, которые в максимально сжатые сроки находят нужный путь передачи информации и максимально точно ее обыгрывают и передают.

Литература

1. Баландина, Е.Ю. Медиапространство как фактор влияния [Электронный ресурс] – Е.Ю. Родников. – Электронные данные. – Москва: ИНФРА-М, 2000.
2. Скорость когнитивной обработки информации [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Москва, 2018.
3. Фуллер, П. Искусство подачи информации [Электронный ресурс] – П. Фуллер. – Электронные данные. – Москва, 2019.

5. МЕДИА И КНИЖНЫЙ РЫНОК

4. Смирнова-Матрос, М. Что такое сторителлинг [Электронный ресурс] – М. Смирнова-Матрос. – Электронные данные. – Краснодар, 2019.

5. Способы фиксации прочитанной информации [Текст] / Международный юридический институт – Москва, 2018. – 280 с.

УДК 070.325:070.41

С. В. Хваленя, маг.
(БГТУ, г. Минск)

ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ИЗДАНИЙ КАК КАТЕГОРИЯ КАЧЕСТВА СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Разработка художественно-технического оформления издания — одно из важнейших направлений его редакционной подготовки, поскольку любое издание, будь то книга, газета или журнал, являясь носителем информации, представляет собой продукт полиграфического производства [1]. От привлекательности внешнего облика издания, качества иллюстраций во многом зависит, захочет ли потенциальный покупатель прочитать его, а от различимости шрифта, способствующего комфортности чтения, взаимного положение наборных элементов, грамотного использования средств выделения зависит, в свою очередь, качество восприятия содержания читателем.

Цель данной работы заключается в идентификации критериев оценки качества средств массовой информации с позиций художественно-технической подготовки издания и осуществлении их характеристики. Объектом исследования являются газетные и журнальные издания для детей и подростков, издаваемые и распространяемые на территории Беларуси; предметом — качество подготовки художественно-технического оформления данного вида периодики.

Классическое определение художественно-технического оформления газеты (подходящее для любого вида периодического издания) — это «система размещения публикаций и их заголовков в газетном номере и на каждой из его страниц, способы выделения важнейших материалов, выбор и применение шрифтов для набора текстов и заголовков, использование различных видов иллюстраций, а также использование основного и дополнительных цветов» [2].

Важность этапа художественно-технического оформления периодических изданий объясняется тем, что современный читатель любого возраста нуждается в наиболее комфортных условиях получения необходимой информации. С точки зрения аспекта художественно-тех-

нической подготовки категория качества передает содержание, несет эстетическую ценность и характеризует издание в целом.

Форма любого периодического издания в значительной степени определяется его содержанием. Она образуется как совокупность пространственно-графических композиций полос и отдельных материалов, которые обязаны быть структурированы тематически, стилистически, логически и функционально. Внешняя форма полос и разворотов материализуется в композиции, т. е. взаиморасположении на полосе комплексов оформительских элементов или материалов [3]. О функциональном и эстетическом качестве продукта можно судить лишь в случае, если достигнуто единство формы и содержания, когда оба находятся в естественной, органической взаимосвязи.

На основе вышеприведенных рассуждений, а также в результате осуществленного ранее анализа научных материалов по тематике исследования, мы предлагаем следующий перечень критериев качества художественно-технической подготовки периодического издания:

- размерные характеристики (формат листа, полосы, текстовой колонки, количество страниц, величина межколонного пробела и др.);
- аппарат ориентирования читателя;
- организация текстового поля издания (в т. ч. подбор шрифтов, параметры внутрискладочных пробелов, келья и величина интерлиньяжа текста и пр.);
- устройство иллюстративного материала (в т. ч. количество и красочность иллюстраций, инфографики и пр.) [5];
- информационное взаимодействие иллюстраций с текстовым содержанием;
- удобочитаемость и удобство восприятия издания (в т. ч. оптимальное расположение материала на полосе, эстетичность, системность, рациональность и пр.).

Однако, важнейшими критериями качества с позиций художественно-технического оформления издания, по нашему мнению, являются аппарат ориентирования читателя, устройство и взаимодействие иллюстраций с текстом, а также удобочитаемость издания.

Аппарат ориентирования читателя представляет собой организованную в систему совокупность средств, управляющих вниманием читателя, определяющих избирательность и последовательность восприятия представленной в издании информации [4]. Точное информирование читателя о расположении и хотя бы примерном содержании тех или иных материалов необходимо потому, что без этого

5. МЕДИА И КНИЖНЫЙ РЫНОК

может пропустить либо не попросту не найти информацию, которая входит в круг его приоритетных интересов. Это позволяет увеличить вероятность избегания читателями нежелательной — будь то неинтересной или попросту неактуальной — информации.

Конструкция аппарата ориентирования читателя весьма сложна ввиду комплексности выполняемых функций. В рамках данного исследования хотелось бы обратить особое внимание на службу навигации, или ориентирования читателя в пространстве и содержании издания. Она реализуется с помощью множества инструментов, среди которых можно выделить: наличие указателя или содержания, анонс на первой полосе или обложке издания, анонсовый блок в конце издания (такой как «Читайте в следующем номере»), неизменное расположение того или иного раздела/элемента в пространстве издания, наличие колоннотитула, особое композиционно-графическое исполнение раздела, связующие заголовочные, текстовые, иллюстрационные элементы или комплексы элементов.

Взаимодействие текста и иллюстраций является основным принципом построения композиции издания. При работе над композицией полосы необходимо постоянно уравнивать иллюстрацию и другие графические «пятна» на ней, решать вопросы пропорционального соотношения частей [3]. Также нужно учитывать внешнюю и внутреннюю архитектонику графических и текстовых материалов и всего издания с целью недопущения визуальной перегруженности. Данные аспекты, а также конфигурация материала, его расположение, симметричность, позволяют говорить о каком-либо определенном ритме, равновесии, контрасте макета издания и пр. Это, в свою очередь, и позволяет судить о грамотности и, соответственно, степени качества периодического издания с точки зрения расположения изобразительных и текстовых элементов.

Современные газеты и журналы различаются в своем отношении к иллюстрациям. В первом случае изображения призваны визуализировать текст, тогда как в журналах иллюстрация стала равноценным тексту компонентом журналистского материала. Тем не менее, все периодические издания ввиду ориентации на одну и ту же читательскую аудиторию работают в одной нише и несколько типизированы, универсализированы. Иллюстрация и ее взаимодействие с текстом позволяет придать изданию черты индивидуальности.

С предыдущими критериями качества неразрывно связана удобочитаемость периодического издания.

Удобочитаемость — это принцип, обеспечивающий наилучшие условия для приема информации, передаваемой журналом или газетой [4]. Удобочитаемость периодического издания определяют множество факторов, причем некоторые из них повторяют упомянутые выше критерии качества художественно-технического оформления. Однако мы считаем важным принять во внимание лишь те принципы, которые позволяют способствовать удобству восприятия издания, — это эстетичность и системность.

Средствами для достижения эстетичного, или же, другими словами, красивого, гармоничного внешнего вида периодического издания служат соразмерность, контраст, равновесие, симметрия, ритм и многие другие. Системность издания (при рассмотрении его с позиций художественно-технической подготовки) проявляется в последовательности, упорядоченности пространственно-графических элементов при оформлении как издания в целом, так и отдельного номера или же конкретной рубрики.

Таким образом, при рассмотрении аспекта подготовки художественно-технического оформления периодических изданий нами были выявлены критерии качества, относящиеся как к общей идее, концепции издания, так и к отдельным комплексам элементов. Результаты данного исследования позволят продолжить работу над созданием классификации критериев качества средств массовой информации, отражающих многоплановость работы редактора.

Литература

1. Лобин, А. М. Художественно-техническое оформление изданий: метод. указания / А. М. Лобин. — Ульяновск: УлГТУ, 2004. — 24 с.
2. Киселев, А. П. От содержания — к форме / А. П. Киселев. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1974. — 48 с.
3. Галкин, С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: учеб. пособие / С. И. Галкин. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 215 с.
4. Васильев, С. Л. Форма периодического издания как ориентирующая система: структурный и функциональный анализ: автореф. дис. докт. филол. наук / С. Л. Васильев. — Воронеж: ВГУ, 2011. — 38 с.
5. Иващенко, Н. А. Современная газетная журналистика: категория качества в текстовой идентификации: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. А. Иващенко. — СПб: СПбГУ, 2009. — 25 с.

СЕКЦИЯ 6.

СОВРЕМЕННЫЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПРОЦЕСС. ПРОБЛЕМЫ ТЕКСТОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ КНИГОИЗДАНИЯ