

УДК 655.244.07

**С. П. Дідусь***Українська академія друкарства***КРИТЕРІЇ ЧИТАБЕЛЬНОСТІ ТЕКСТІВ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ**

*Аналізуються проблеми подачі текстової інформації в електронних виданнях, зокрема, їх шрифтове оформлення. Визначаються деякі критерії сприйняття тексту в електронних виданнях, пропонуються певні рекомендації щодо оформлення текстів електронних видань.*

***Електронне видання, шрифт, сприйняття тексту, зручність читання***

На сучасному етапі розвитку суспільства інформація стала необхідним практично для всіх продуктом. Цінність оперативної, достовірної і максимально повної інформації явно зростає. Це разом із розвитком комп'ютерної техніки і мережевих технологій передачі даних зробило актуальним перетворення існуючих документів (публікацій, видань) на паперових носіях у компактну і зручну форму електронних публікацій, поданих на різних носіях: CD-ROM, DVD, у мережах.

Розвиток програмної бази додрукарських процесів у вигляді текстових редакторів, графічних пакетів і програм верстки забезпечує можливість існування електронної версії видань, що готуються, аж до етапу підготовки форми або передачі заверстаних (пускових) полос (сторінок) при віддаленому друці видання. Більше того, випуск багатьох друкованих видань, передусім науково-технічних і навчальних, енциклопедій, словників і т.п., супроводжується поставкою їх електронної версії на CD-ROM. Для зберігання таких видань в електронному вигляді можуть бути використані диски або файлові сервери.

Розвиток комп'ютерної техніки сприяв появі нових видань, які повністю базуються на електронних технологіях. Особливості сприйняття тексту з монітора комп'ютера дещо інші, ніж читання тексту з паперового носія. При перегляді таких видань можна зіткнутися з проблемами подачі інформації. Однією з головних є шрифтове оформлення текстів, оскільки шрифт призначений насамперед для передачі інформації. Для одержання позитивних результатів він повинен бути легким для читання, тобто прочитуватися з мінімальними зусиллями, з переосмисленням символів як об'єктів і процесів. Ці обставини є загальноприйнятими. Набагато складніше визначити критерій — зручність читання [3].

Усвідомлюючи цю проблему можна зауважити, що читання викликає певний дискомфорт. Порівняно з читабельністю текстів електронних видань друкарські шрифти не викликають важкості сприйняття, якщо вони не спотворені навмисно (набагато важче сприймаються рукописи). Коли проаналізувати кількість текстової інформації в електронних виданнях, можна помітити, що текст займає приблизно 60–65% їхнього простору. Спосіб його подачі надзвичайно важливий, проте велике значення має зацікавленість користувача в

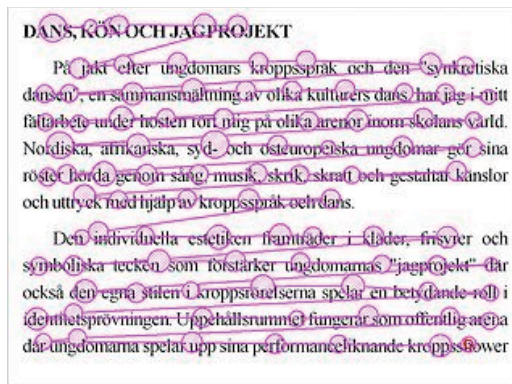
шуканій інформації. Він погодиться читати все що завгодно, якщо для цього є стимул, бажання і час. Проте, як правило, переглядаючи сайти хоче бачити потрібну йому текстову інформацію в тому вигляді, в якому її зручно читати. Тому вимоги до оформлення текстів дуже різні.

Якщо характеризувати web-сайти, то їх прийнято ділити на дві групи. До першої з них можна віднести комерційні сайти, електронні журнали і газети, агентства новин, web-студії, пошукові та інформаційні портали. Тексти таких сайтів завжди більш структуровані, несуть офіційний стиль, мають відповідне шрифтове оформлення [2]. Легкість при подачі матеріалу допускається дуже рідко. Відповідно, і відношення користувачів до них офіційне. Якщо ж на таких сайтах трапляються помилки і вільний стиль подачі матеріалу, то такій інформації користувачі Інтернету просто перестануть довіряти, а сайти відвідувати. До другої групи відносяться розважальні ресурси, які допомагають у вирішенні різних життєвих проблем. Це форуми, персональні сайти і соціальні мережі, стильове оформлення на яких подібне до розмов з повсякденного життя та з використанням сленгів. На цих сайтах можуть зустрічатися граматичні помилки і неточності, але користувачі відносяться до цього спокійно та довіряють цій інформації.

Разом з тим, слід зазначити, що в «молодих» користувачів комп'ютерної техніки читання електронних видань викликає деякі труднощі порівняно зі звичайним гортанням сторінок, до якого читачі звикли з дитинства. В електронних виданнях наявні різні типи навігації (полоси прокручування, гіперпосилання, навігаційні кнопки тощо). Користувачі, як уже зазначалося, часто читають друковане текстове наповнення видання «по діагоналі», щоб зрозуміти зміст матеріалу. Крім того, не завжди встигають виділити детальну інформацію. Важливими при сприйнятті інформації є розмір шрифту та зміст самої інформації, не останню роль відіграє і стильове оформлення тексту.

Ознайомившись з дослідженнями як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців, можна зауважити що зручність читання текстів електронних видань забезпечується насамперед розпізнаванням образів, символів і слів, при читанні текстів, набраних загальноприйнятими шрифтами, не виникає особливих проблем. Експериментально доведено, що читач не вдивляється в кожен окрему букву, щоб її розрізнити, а навпаки, очі рухаються стрибкоподібно, охоплюючи вісім або дев'ять знаків одночасно. Лише незначна частина сітківки (червона пляма) володіє такою чутливістю, яка дозволяє розрізнити окремі знаки на відстані, зручній для читання. При кожній фіксації положення очей при читанні тривалістю від 1/4 до 1/3 с, на сітківці відбиваються три або чотири букви. Насправді зупинки руху очей не бувають такими частими, око не зупиняється на кожній третій або четвертій букві, читач вдивляється в текст лише тоді, коли зустрічаються або невідоме слово, або іноземні імена, — для правильного прочитання. При читанні звичайного тексту вільне володіння мовою дозволяє рухатися текстом великими стрибками, «перестрибувати» через декілька букв, не вдивляючись у них. У народі навіть прийнятий такий термін як «читати по діагоналі». На наведеному

нижче рисунку зображено отриману експериментальним способом просторову схему фіксації очей на тексті під час читання [7]. Слід зауважити, що людське око фіксує тільки певні символи та букви в тексті під час читання.



Просторова схема фіксації очей на тексті під час читання

Визначивши з проведених досліджень певні критерії сприйняття тексту в електронних виданнях, можна рекомендувати щодо їх текстового наповнення наступне:

не використовувати велику кількість різних за розміром шрифтів. Розмір шрифту — це спосіб розділення тексту, працює як знак, який говорить «тут щось важливе» або «тут починається новий розділ» [5]. Не варто використовувати шрифт більше трьох різних розмірів в основному тексті сторінки (заголовки, підзаголовки, зміст). В інших елементах сторінки (навігація, форми) можна застосовувати шрифт різних розмірів;

не застосовувати шрифти маленьких розмірів. Ніщо не підвищує зорову напругу так, як надто дрібний шрифт. Ідеально залишати розмір масштабований, тоді користувачі можуть управляти розміром, зручним для них [4];

для основного тексту використовувати рубані шрифти. Різні класи шрифтів мають неоднаковий рівень сприйняття, який залежить від способу відображення тексту (папір, монітор і т.д.). Рубані шрифти (гротескові) простіші, без засічок. Вони мають сучасний вигляд, набагато розбірливіші на екрані монітора, ніж готичні, завдяки своїй простоті легко відображаються при низькій роздільній здатності [1]. За опитуванням респондентів, Verdana вважається кращим шрифтом для основного тексту сторінок. Йому властиві досить великі символи з широкими міжсимвольними інтервалами, що дозволяє легко розпізнавати кожен символ навіть при низькій роздільній здатності вивідного пристрою;

пам'ятати, що шрифти із засічками (сімейства Антиква) постають більш традиційно та скеровують погляд користувача електронних видань від букви до букви, роблячи читання рівномірнішим і простішим [6]. Вони добре читаються при великій роздільній здатності вивідного пристрою. Інакше складність букв зменшує їх розбірливість, а зменшена відстань між буквами ще більше погіршує читання.

Підсумовуючи вищесказане, можна констатувати, що кількість постійних відвідувачів сайту залежатиме в основному від подання інформації. Якщо створити дизайн сайту без урахування психологічних критеріїв сприйняття та технічних параметрів відтворення текстової інформації, можна втратити багато відвідувачів, незалежно від того, наскільки якісний матеріал міститиметься на тому чи іншому сайті.

1. Введение в оформление текстов для веб.:<http://www.promoting.ru/articles/44/> 2. Калиновский А. Н. Юзабилити: как сделать сайт удобным / Калиновский А. Н. — Минск: ООО «Новое знание», 2005. 3. Каров П. Шрифтовые технологии. Описание и инструментарий / Каров П. — М.: Мир, 2001. 4. Прайс Д. Текст для Web. Доступность и привлекательность / Д. Прайс, Л. Прайс. — М.: Вильямс, 2003. 5. Чинники читабельності тексту.:<http://www.ffstudio.ru/pro/design/24.html>. 6. Читабельность.:<http://designformasters.info/posts/readability/#sizes>. 7. Eye tracking.: [http://en.wikipedia.org/wiki/Eye\\_tracking](http://en.wikipedia.org/wiki/Eye_tracking).

### **КРИТЕРИИ ЧИТАБЕЛЬНОСТИ ТЕКСТОВ ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ**

*Анализируются проблемы подачи текстовой информации в электронных изданиях, в частности, их шрифтовое оформление. Определяются некоторые критерии восприятия текста в электронных изданиях, предлагаются определенные рекомендации относительно оформления текстов электронных изданий.*

### **CRITERIA OF READABILITY OF TEXTS OF ELECTRONIC EDITIONS**

*The problems of serve of text information are analysed in electronic editions, in particular, them type registration. Some criteria of perception of text are determined in electronic editions, certain recommendations are offered in relation to registration of texts of electronic editions.*

*Стаття надійшла 29.03.10*