

Эффективный сайт некоммерческой организации. Как сделать текст удобным для чтения

16.09.2013

Несмотря на распространение технологий и инструментов для публикации мультимедийного содержания и визуализаций, текстовая информация была и остается ключевым компонентом практически любого сайта, в особенности сайта некоммерческой организации. Сегодня мы немного поговорим о том, как эффективно организовать такую информацию, чтобы она была воспринята аудиторией сайта с учетом существующих стереотипов и особенностей чтения в Сети.

Одним из распространенных заблуждений, с которым приходится сталкиваться при разработке и поддержке сайтов, является убеждение о «зловредности» текстов. Ставшая уже прописной истина о том, что люди в Сети не читают, трансформировалась в удивительный вывод, что и публиковать тексты на сайте не нужно, ведь «их все равно никто не прочтет».

Посетители не столько «не читают» материалы сайта, сколько «не читают их привычным способом». Давайте пристальнее посмотрим на этот вопрос — нужно ли некоммерческой организации публиковать на сайте тексты? Если мы не хотим превратить свой сайт в собрание наскальной живописи или книжку комиксов, то, боюсь, ответ однозначный — *надо*, надо вопреки всем сожалениям о напрасно загубленных пассажирах. В пользу этого довода хотелось бы привести как минимум следующие аргументы:

- На самом деле посетители не столько «не читают» материалы сайта, сколько «не читают их привычным способом», как книгу или газету — последовательно от одной строки к другой. Но при этом они сканируют текст, перемещаясь од одного блока к другому, пока что-то не привлечет их внимание, не «зацепит» его. Более этого, если у посетителя нет материала для такого сканирования, у него создается впечатление, что «на сайте нет вообще никакой полезной информации».
- Текстовая информация — один из самых «простых» и «дешевых» в производстве материалов для сайта, а также один из наиболее «быстрых» с точки зрения редактирования, изменения, адаптации.
- У каждого сайта есть категория посетителей, которым необходима именно текстовая информация об организации, для того чтобы использовать ее (например, сослаться) в своих материалах, отчетах, объяснениях, обоснованиях и т.п. — будучи опубликованной в явном виде на сайте такая информация получает статус «официальной», «проверенной», «достоверной».
- Не стоит забывать о поисковой оптимизации — поисковым роботам для корректного размещения любой страницы или объекта в индексе так или иначе необходима текстовая аннотация.

В целом, перечисленные аргументы подводят нас к мысли о том, что публикация текстов на сайте необходима, но... не менее необходимы усилия для того, чтобы эти тексты воспринимались посетителем лучше, чтобы ему было «удобно» их читать и легко понять, о чем идет речь.

Организация текста

Многочисленные исследования по юзабилити (в частности знаменитая серия экспериментов Якоба Нильсена) позволили вывести ряд практических рекомендаций, которых следует придерживаться, составляя тексты для сайта. В частности:

- Пользователи отдают предпочтение информативным и содержательным заголовкам, красивые и эмоциональные фразы, лишённые информационной составляющей, в Сети куда менее эффективны;
- Пользователям нравятся аннотации, расположенные в начале статей или каких-либо других объёмных материалов, кратко передающие общий смысл *всего* последующего текста, своеобразное резюме, позволяющее составить представление о теме и ключевых моментах сообщения;
- Ссылки делают Интернет Интернетом, поэтому располагаясь в тексте, они должны быть выделены и, главное, кликабельны, чтобы по ним действительно можно было перейти на новый материал без дополнительных усилий;
- Тексты в Сети за исключением авторских статей (например, в блогах) воспринимаются как анонимные, поэтому явное указание источника той или иной информации, использование прямой речи, цитат и т.п. повышает доверие пользователей к конкретной информации и ресурсу в целом, улучшая тем самым восприятие.

Стиль изложения

Информационный стиль изложения с ясными и лаконичными формулировками является наиболее предпочтительным в большинстве случаев. Именно такой стиль позволяет пользователю как можно быстрее ухватить суть излагаемого, определить ключевые места в тексте, выделить основные факты и поэтому именно он наилучшим образом отвечает специфике восприятия текстов в сети.

Существует распространённое мнение, что тексты в Сети должны быть короткими, потому что их легче воспринимать с экрана. Однако корректная интерпретация этого постулата, скорее заключается в том, что тексты в Сети должны быть того объёма, который наилучшим образом позволяет донести заключённое в них сообщение. Распространение мобильных устройств и сервисов класса «почитать позже» (например, [Pocket](#)) сформировало новые привычки у пользователей: теперь они совсем не против сохранить интересный, хотя и объёмный материал для последующего прочтения тогда, когда им это будет удобно.

Специфика чтения в Сети также накладывает определённые требования на уровень «сложности» текста, который должен быть в целом ниже, чем для публикаций какого-то другого рода. При фрагментарном восприятии текста, пользователь не слишком хотел бы разбираться в хитросплетении придаточных предложений или специальных терминах. Для некоторого самоконтроля в этой области можно применять специальные индексы удобочитаемости текста:

Индекс Флеша — мера определения сложности текста для восприятия, вычисляется на основании среднего количества слов в предложении и среднего количества слогов в слове (подробнее о методике расчета в [Википедии](#)).

Индекс Фога — по условной шкале оценивает необходимый образовательный уровень для восприятия конкретного текста и рассчитывается также на установлении средней длины предложения и удельного веса сложных (длинных) слов (подробнее о методике расчета в [Википедии](#)).

Можно воспользоваться [онлайн-сервисом](#) расчета этих индексов для русского языка и оценить насколько ваши тексты сложны для восприятия.

Оформление текстов

Не последнюю роль в деле восприятия текста на сайте играет его оформление, причем эффективные принципы его несколько отличаются от оформления текстов для печатных публикаций, особенно книг, так как они направлены на облегчение именно сканирования текста (а не последовательного чтения), и быстрого вычленения основного сообщения без углубления в детали.

Главным инструментом такого оформления является максимальное структурирование текста. Достигается оно с помощью следующих элементов:

- Текст разбивается на относительно небольшие по высоте абзацы без красной строки, отстоящие друг от друга на зримое расстояние
- Длинный текст разбивается на секции, каждая из которых снабжается подзаголовком;
- В тексте используются визуальные маркеры для выделения существенных элементов его структуры — списки, специально оформленные цитаты, врезки;
- Используемые в тексте иллюстрации также информативны и связаны по своему содержанию с содержанием текста.

Сравните представленные ниже два фрагмента текста — какой из них легче воспринять с экрана?

При рассмотрении речевой организации текста были выделены две основные семантико-структурные единицы – высказывание и межфразовое единство (сложное синтаксическое целое). Обе единицы – это единицы семантико-синтаксического членения текста. Однако членение семантико-синтаксическое совмещается обычно с членением иного уровня – композиционно-стилистическим. Первое в большей степени подчинено прагматической установке самого текста, второе всецело обусловлено прагматической установкой автора. Чем более стандартен текст по своей речевой организации, тем более оближаются эти уровни членения (синтаксическое и абзацное), чем менее стандартен текст, тем больше между ними расхождений, а иногда и противоречий.

Абзац – это единица членения текста композиционно-стилистическая; это часть текста, заключенная между двумя отступами. Внутренняя сущность абзаца лучше всего постигается при сравнении его с межфразовым единством (сложным синтаксическим целым). Это единицы в чем-то схожие, по внешним признакам, но не тождественные по существу. Сложное синтаксическое целое – это тема-рема-ическая последовательность, открывающаяся фразой-зачинком (или стержневой фразой, вмещающей в себя содержание всего целого). Именно фразы-зачины сложных целых, будучи стегнутыми вместе, образуют содержательную канву текста. В абзаце может и не быть зачина как такового. Стержневая фраза абзаца (главная в тематическом, логическом, содержательном плане) может стоять в начале абзаца, в конце абзаца или сама выступать в роли отдельного абзаца. Более того, в абзаце может быть несколько стержневых фраз, если он велик по объему и включает в себе ряд тема-рема-ических последовательностей. Абзац может разорвать одно тема-рема-ическое объединение (одно сложное синтаксическое целое). Объем и структура абзаца всецело связаны с волей автора, его установкой (с ориентацией, конечно, на видовые и жанровые признаки текста), наконец, его личными пристрастиями, особой манерой письма.

Принципы деления текста

При рассмотрении речевой организации текста были выделены две основные семантико-структурные единицы – высказывание и межфразовое единство (сложное синтаксическое целое). Обе единицы – это единицы семантико-синтаксического членения текста.

Однако членение семантико-синтаксическое совмещается обычно с членением иного уровня – композиционно-стилистическим.

Первое в большей степени подчинено прагматической установке самого текста, второе всецело обусловлено прагматической установкой автора.

Абзац как единица текста

Абзац – это единица членения текста композиционно-стилистическая; это часть текста, заключенная между двумя отступами. Внутренняя сущность абзаца лучше всего постигается при сравнении его с межфразовым единством (сложным синтаксическим целым). Это единицы в чем-то схожие, по внешним признакам, но не тождественные по существу.

Пример: Одно сложное синтаксическое целое – три абзаца

Всякая любовь прекрасна. И только она одна и прекрасна.

Потому что на земле единственное «в себе самом истинное» – это любовь.

Любовь исключает ложь: первое «я солгал» означает: «я уже не люблю», «я меньше люблю».

— В.В. Розанов. Уединенное.

Отдельный аспект оформления текста связан с такими элементами, как начертание шрифта, его размер, расстояние между строками и собственно длина строки. Фанаты **типографики** убеждены, что поиск идеального сочетания этих аспектов является высоким искусством не доступным простому смертному, однако последний в своем стремлении к прекрасному способен применить несколько простых правил, позволяющих сделать тексты более удобными и красивыми:

- Не используйте слишком мелкий шрифт – даже стремление уместить как можно больше информации на «первом экране» не должно служить основанием для неоправданного уменьшения текста до стадии полной неразличимости;

- Накладывайте ограничение на длину строки при большой ширине экрана — не позволяйте ей расползаться до бесконечности, оптимальная для чтения длина строки составляет порядка 50-75 знаков;
- Не используйте слишком большое междустрочное расстояние, оставьте канонические 2 интервала требованиям к дипломным работам — в Сети оптимальная высота строки располагается в диапазоне от 1.2 до 1.6;
- Выравнивайте текст по левому краю — не используйте выравнивание по ширине, несмотря на то, что оно создает иллюзию ровных блоков текста, неравномерные пробелы между словами приводят к ухудшению восприятия;
- Систематизируйте использование размеров шрифта на сайте — используйте всегда один и тот же размер для элементов одного назначения (например, подзаголовков или имени автора в статье), не допускайте произвольного изменения размера шрифта вне этой системы с целью «привлечения внимания», ибо такая система является интуитивным навигатором для пользователя и не стоит сбивать его с толку;
- Не используйте чисто черный цвет текста, если он располагается на белом фоне — на мониторе это создает слишком сильный контраст и глаз быстро устает — используйте какую-либо темную градацию серого.

Если вы хотите оценить удобство вашего сайта для пользователя более комплексно, мы рекомендуем пройти наш интерактивный тест на audit.te-st.ru, по окончании тестирования вы можете рассчитывать на бесплатную консультацию наших специалистов.

Что почитать по теме:

