

# ЕПА. ПРОЧЕТИ МЕ

текст: Александрина Караджова

Бъдещето на текстовете – силно съдържание в минимум думи

Напоследък развивам една особена фобия – от големи като фасади блокове текст. Независимо дали са на хартия или в електронен вид, не успявам да се накарам да ги прочета докрай и това е. Вероятно тази непоносимост към прекалените словоизлияния е проблем основно на хора, които прекарват часове наред пред мониторите, но е факт – ако заглавието ме заинтригува, се зачитам ентузиастично, но някъде към 2-хилядния знак тотално и безвъзвратно бивам загубе-

на за каузата и не мога да продължа до края.

Съвременни психолози твърдят, че човек трябва да изговори поне 22 хиляди думи на ден, за да се чувства добре. Питай се колко ли думи имаме нужда и сме способни да прочетем на ден и успяват ли те да достигнат пълноценно до съзнанието ни. Тенденциите в читателското поведение сочат, че се заражда една непрекъснато нарастваща и характерна за информационното общество



**in brief**  
COME AND READ ME

Studies have shown that average reader would not take the time to study large blocks of text no matter how informative or well written they might be. According to Jacob Nielsen – the web optimization guru, online readers are selfish and lazy. They do not read a page, the just scan it. So the readers behaviour tendency determines the future of text: strong content with minimum words.

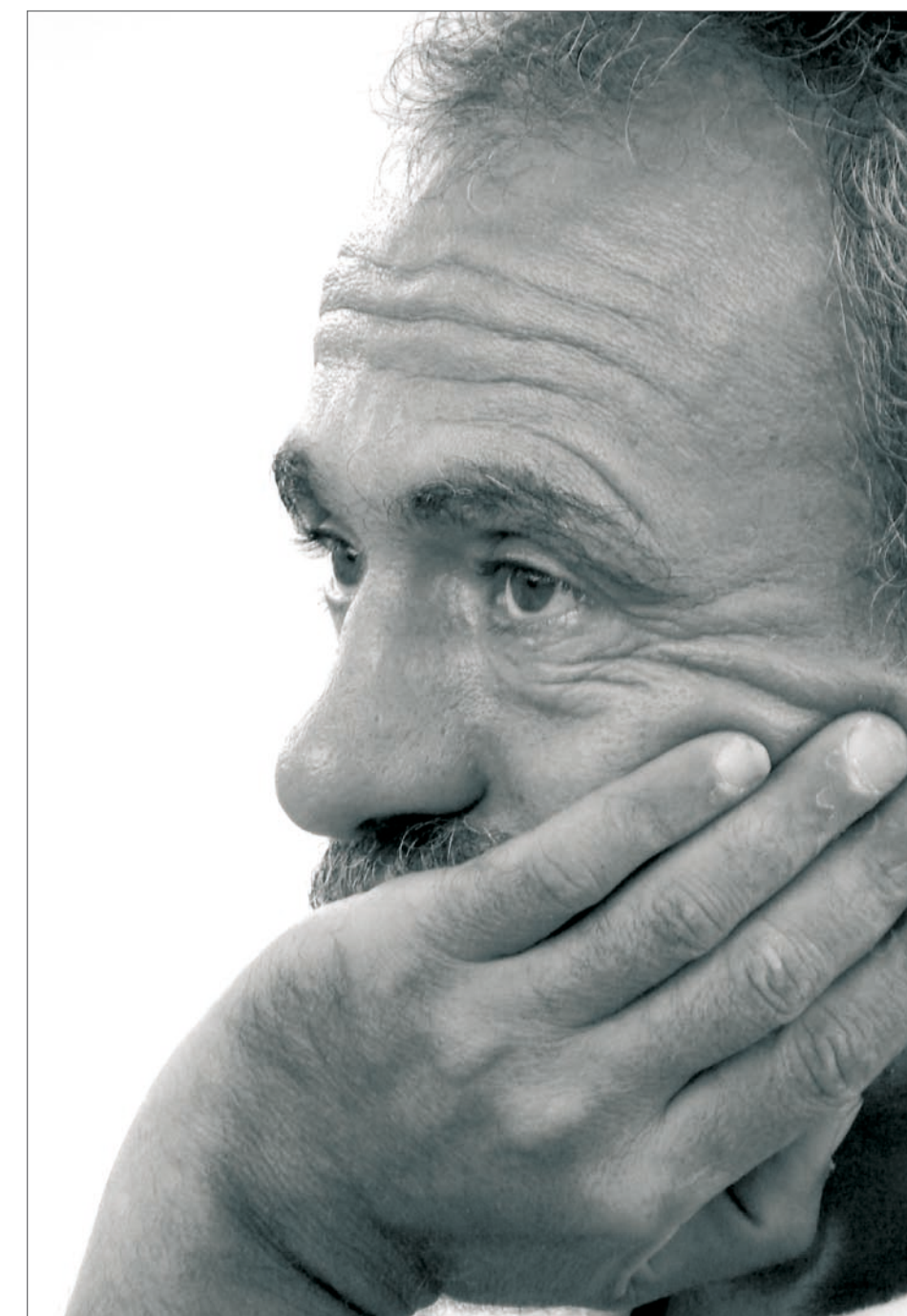


Jacob Nielsen, наричан от The New York Times „гуру на оптимизирането на уеб страници“, описва онлайн читателите по следния начин: „Те са егоистични, мързеливи и безскрупулни. Когато влизат на гадена страница, те всъщност нямат намерение да я четат. Само я сканират. Ако не видят това, което търсят, просто си тръгват.“

група читатели, които условно бих нарекла „мързеливи читатели“ – пренаситени от информация, те търсят възможно най-много смисъл във възможно най-малко думи. И искат с минимум усилия, да постигат максимум резултат.

## Добре дошли в онлайн джунглата

Ако в този момент четете това, готук добре (дано единствената причина не е, защото сте на плажа и нямате достъп до Facebook ;о). Какво се случва с читателите в онлайн пространството? То отдавна е заприличало на гъста и труднопроходима джунгала от информация, а те имат нужда от сериозен наръчник по ориентиране и оцеляване в него. Любими блогове на приятели, препратки към още по-дълги списъци с техни любими блогове, нюзлетъри и



новинарски сайтове, уеб страници с професионална насоченост, книги и списания в електронен вид. Как всъщност се обхожда, изчита и вниква в толкова думи? И дали изобщо е възможно?

Оказва се, че поради поведението на читателите пред екрана, които са претрупани, вечно нямат време, правят успоредно няколко неща, биват разсеивани с изобретателни реклами, докато се опитват все пак да вникнат в даден текст, стратегиите за задържане на вниманието стават все по-сложни. Затова и създателите на страници от всякакъв вид правят какви ли не челни стойки, за да спечелят Негово величество читателя: поднасят информацията във вид на списъци, акцентират на определени

фрази, стремят се да лансират само по една идея в параграф, подбират шрифтове и цвят на фона, които улесняват четенето.

Навигацията в гадена страница е един от ключовите моменти за все по-претенциозните потребители на онлайн съдържание – ако не се ориентират първите няколко минути и не намерят това, което търсят, просто отиват другаде. Погледът пробява по страницата и ако не „надуши“ интересното, онова, което е ценно и го провокира да се задържи, вече е кликнал някъде и е загубен. Особено при лекотата на откриване на все по-качествени сайтове с търсене в Google, което води до по-кратък престой във всеки отделен сайт. Или със запазването на сайтове за „когато има повече вре-

Проведено в Щатите изследване за това, как хората четат сайтове, показва, че 79% от участниците просто преглеждат страницата, само 16% я четат гума по гума. Съветът на Nielsen – използвайте кратки текстове за масовия читател, но с много линкове за тези, които търсят изчерпателна информация.

ме“, което рядко се случва. Последното дори е залезнало в основата на проекта Readbag – онлайн „чант“ за пълнене с интересни места в мрежата, които не можеш да изчетеш в момента.

### Хартиеното СПА

Въпреки че вероятно все повече ще ни се налага да четем на екран, това (надявам се) няма изцяло да замени хартиеното съдържание. По-скоро ще промени отношението ни към него. Като голям почитател на четенето, който обаче прекарва госта време пред екрана, съм раздвоена в читателското си поведение от две неща. От една страна, съм безкрайно нещастна от фактора липса на време, който е нависнал грозно над всички ни. Напоследък дебелите „тухли“, както наричахме шеговито класическите романи, почти нямат място на нощното ми шкафче и причината съвсем не е липса на желание. По-скоро е невъзможността да се концентрирам за продължително време над дълъг текст, а ако той е описателен и без много пряка реч, нещата стават поч-

ти безнадеждни. И така стигаме до добре познатата на всички дисциплина спускане по диагоналната система, която осигурява бързо, но и също така некачествено четене тип нищо-не-ми-влезе-в-главата, което фрустрира не по-малко от липсата на време.

От друга страна, точно поради факта, че все по-рядко намирам време за качествено четене, започвам да възприемам книгата и списанията на хартия като балсам за уморения ми поглед и пристрастения ми към интернет и компютъра мозък. Парадоксално, но факт – съдържанието на хартия се оказва бягство от виртуалното пространство (обикновено се случва обратното) и в бъдеще ще продължим да ценим добрите стари книги именно защото са офлайн и са осезаеми. Особено тези, в които преобладава богатият снимков материал, кратките и добре структурирани текстове, които са силно информативни или дават идеи и материал за размисъл.

