

# Olvashatóbb és kényelmesebben használható szövegek készítése — Tippek

Nem mindegy, hogy az általunk készített szöveget mennyi idő alatt, milyen kedvvel olvassák, és hogy tartalmát mekkora erőfeszítés árán értik meg. A felsorolt tippek abban segítik a szövegek szerkesztőit, hogy olvashatóbb és kényelmesebben befogadható, tetszetősebb szöveget állítsanak elő. E tanácsok nem tipográfiai szakemberek számára készültek, hanem azoknak, aki más téma szakembereként mindennapi munkájuk során kisebb-nagyobb szövegeket állítanak elő.

1. **Betűtípus.** Hacsak nincs feltűnést igénylő szándékunk, akkor az a jó, ha fel sem tűnik az olvasónak a betűtípus. Kinyomtatott szöveg esetén a talpas antikva (pl. Times) valamivel kényelmesebben olvasható, mint a talp nélküli (pl. Arial), ezért nagy kenyérszövegnél (nem hangsúlyos folyószöveg) inkább az elsőt érdemes használni, címeznél mindegy. Weben ugyanakkor a talp nélküli betűk olvashatók könnyebben. Egy szövegen belül kétféle betűtípusnál többet nem érdemes használni, és azok legyenek egymástól elég elütők (pl. talpas és talpatlan). További szempont a takarékoság: egyik legkevesebb festékanyagot használó betű a talp nélküli Century Gothic típusa.
2. **Sorköz.** A szimpla sorköz a legkedvezőbb az olvasó szem számára (ezzel egyébként a papírral is takarékoskodunk).
3. **Kiemelés.** Az aláhúzást érdemes kerülni, és lehetőleg ne használjunk egy fajta kiemelésnél többet, pl. egyszerre vastag betű (**fat** vagy **bold**) és dőlt (*italic* vagy *kurzív*). (Weben az aláhúzás a link-funkció kritériuma, s nem érdemes megtéveszteni a befogadót.) Bekezdések vagy nagyobb egységek esetén érdemes játszani a szürkébb háttérrel való kiemeléssel is (fénymásolásnál ne).
4. **Kapitális.** A kisbetűs szöveg alkalmas a gyors olvasásra, ezért lehetőleg kerüljük a CSUPA KAPITÁLISSAL szedést. Az utóbbi 10-12%-kal lassabban olvasható, s egyben komolytalan benyomást is kelthet. (A nem köznevesült betűszavak esete persze kivétel.)
5. **Sorhossz.** A rövidebb sorok jobban olvashatók (ezért megfontolandó a két, esetleg többhásbos szerkesztés; Wordnél, kijelölés után: formátum menü / hasábk). Legkényelmesebb azt a szöveget olvasni, melynek sorai 40-80 leütés hosszúságúak.
6. **Zárás.** A csak balra zárt szöveg valamivel jobban olvasható, mint a sorkizárt. Válasszuk el a szavakat (Wordnél: eszközök menü / nyelv / elválasztás), elkerülve a túl hektikusan változó

sorhosszakat. Sorközben ugyanis a szavak közötti nagyobb távolság megnehezíti az olvasást. (Kerüljük ugyanakkor a kellemetlen mellékzöngét hordozó elválasztásokat, pl.: szar-/ vasgomba.)

7. **Betűméret.** A könyvek (jó nyomdatechnika) esetében megszokjuk a 8-9 pontos betűket. Nagyobb szövegeinkben használhatunk 10 pontos betűt. Ha más előírás nincs, ha a célközönség egyébként jó szemű, nem igényel nagyobb, ún. öregbetűket. 12 pontnál nagyobb karaktereket kenyérszövegben csak indokolt esetben használjunk. Ha betűnagysággal emelünk ki szöveget – pl. cím vagy egész bekezdés esetén –, akkor annak a kenyérszövegtől való különbsége legyen nagy: ne írjunk közel egymáshoz 10 és 11 pontos

betűt, de bátran használhatunk pl. 10 és **26** pontosat egymás mellett.

8. **Bekezdés, tagolás.** A bekezdések alkalmazása jelentősen megnöveli az olvasó motivációját, s azokból is a kisebbeket olvassuk nagyobb kedvvel. A tömött hasábk befogadása is nehezebb. A bekezdések első sorát kezdhethetjük beljebb, de valamivel elegánsabb, ha sorközrel tagoljuk szövegünket. Ha van mód rá a szöveg logikájában, bátran használjunk számozott, vagy grafikai elemekkel jelzett bekezdéseket. Ez magát a szerzőt is segíti gondolatának strukturálásában és fokozza a szöveg feszességét. Az címek, alcímek, szintén növelik az áttekinthetőséget. Ha az új szakasz a lap alján kezdődne néhány sorral, azt inkább tegyük át a következő oldalra, hasábkba.
9. **Tájékoztató nagyobb szövegben.** Udvarias lépés, ha nagyobb szövegünk elején néhány sorban összefoglaljuk szövegünk tartalmát vagy célját (vezetői összefoglaló). A nagyobb szövegben való tájékoztatót megkönnyíti az oldalszámozás és a tartalomjegyzék készítése is (Wordnél: beszúrás menü / hivatkozás / tárgymutató és tartalomjegyzék). Az első oldalra nem teszünk oldalszámot. A tartalomjegyzék készítése mellesleg

- nagyban segíti a szövegezőt is, hogy logikailag kerekesebb írásművet alkosson. Készíthetünk külön oldalt a címnek, a szöveg elejére tartalomjegyzéknek, és vezetői összefoglalónak. A fejezeteket is kezdetjük külön oldalon. Az aktuális fejezetcímeket tartalmazó fejléc szintén segíti az olvasót.
10. **Kiegészítő adatok.** A dokumentum azonosíthatósága kisebb írásmű esetén is megkívánja a szerző és a készítési időpont megadását. Emellett érdemes lehet a szerző elérhetőségét, a webes letöltés esetén a webcímet, vagy további tájékoztató információt megadni.
  11. **Formátum.** Ha anyagunkat elektronikusan adjuk tovább, a *.doc* kiterjesztés helyett szokták a kevésbé vírusérzékeny *.rtf*-et használni. Ez méretre kisebb is. Ha viszont diagram, kép van az anyagban, akkor mérete irreálisan megnövekedhet a *.doc*-hoz képest. Kisebb szöveget legegyszerűbben az email testében, formázatlanul is továbbíthatunk. (Ha tehetjük, a mások által feldolgozandó szöveget tartsuk a legkevésbé formázott szinten, hogy csökkentsük a különféle kódolásokból adódó problémákat.)
  12. **Betűszín.** Használhatunk színes betűket is, de ügyeljünk a kellő kontrasztra a háttér és a betű között. A komolytalanság elkerülése érdekében érdemes visszafogottnak lenni, egymással harmonizáló színeket, árnyalatokat használni. (Más a helyzet egy buli meghívója esetén.)
  13. **Papírszín.** Mértékadó szöveget a fehér mellett esetleg csak halvány pasztellszínű lapra nyomtassunk. Figyelemfelkeltő feliratnál viszont érdemes harsány alapszínű választani, közben azonban ügyelni a kontrasztra. (Jó tudni, hogy a színes lapra nyomtatott számlát a címzettek előbb utalják.) A klórozatlan, szürkébb lap használata környezettudatosságot sugall.
  14. **Grammatika, szemantika (jelentéstan).** Helyesírásunk, stílusunk alkalmazkodjon a befogadó igényeihez, emellett ne feledjük, hogy mindez bennünket is jellemez. Ha nincsen speciális szándékunk, kerüljük a többszörösen összetett mondatokat, az idegen, a befogadót megterhelő, vagy bennünket hivalkodónak bemutató szavakat. Legtöbbször az egyszerűbb – és rövidebb – a jobb. Takarékoskodjunk a befogadó idejével. Ha lehet, szövegünk újraolvasásánál az elgépelések, szóismétlések és helyesírás javításán túl húzzunk ki minden, céljainknak nem megfelelő, új információt nem hordozó, azaz felesleges szót, mondatot.
  15. **Illusztráció.** Ha lehet, és szövegünk megengedi, használjunk táblázatot, vagy még jobb, ha adataink jobb érthetősége érdekében diagramot készítünk. Ez amellet, hogy kellemesen tagolhatja a szöveget, meg is világítja, azaz illusztrálja annak tartalmát.
  16. **Takarékosság, környezettudatosság.** Ha nem szükséges, ne nyomtassunk – például a rövidebb email-eket. Ha belső használatra készítünk szövegeket, inkább visszavehetünk a környezetterhelésből és kiadásainkból. Használhatjuk a lapok másik oldalát, nyomtathatunk a kevesebb tintát felhasználó *vázlat* (draft) üzemmódban (ha bírja szemünk). Nagyobb mű kinyomtatásánál oldalakat takaríthatunk meg az elválasztás funkció bekapcsolásával, kisebbített margóval, szimpla sorközzel, vagy 12 helyett 10 pontos betűvel.
  17. **Arculat.** Amennyiben hangsúlyos célunk, hogy hatást érzünk el a befogadóban, forduljunk grafikushoz, aki a befogadó szempontjait, egyéniségünk és céljaink szerinti vizuális arculatot teremt számunkra. Céltudatos vállalkozások kommunikációjukhoz arculati kézikönyvet használnak. Az arculatformálás szakmája a public relations (pr), mely bizalomkeltés és -fenntartás eszköze.

A felsorolt javaslatok, szempontok nyomós vagy kevésbé nyomós indokkal felrúghatók. De a kreatív garázdálkodáshoz „kiművelt” szem szükséges :) S bármilyen „deviáns” dolgot teszünk, legyen jelentése, támogatva kommunikációs céljainkat.

*A tipográfia mestersége számítógéppel* (Virágvölgyi Péter, Budapest, Osiris, 2001) és más források felhasználásával összeállította: Mikulás Gábor.

Véleménye, javaslata van a fentiekkel kapcsolatban? Írja meg! [mikulasg@gmconsulting.hu](mailto:mikulasg@gmconsulting.hu).