

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
КАФЕДРА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА И КНИГОВЕДЕНИЯ



ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО В РЕГИОНАХ РОССИИ: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

Сборник научных статей по итогам
III Всероссийской заочной научной конференции
18 апреля 2018 г.



Ижевск
2018

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
КАФЕДРА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА И КНИГОВЕДЕНИЯ

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО В РЕГИОНАХ РОССИИ: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

Сборник научных статей



Ижевск
2018

УДК 655(082)
ББК 76.17я43
И 362

Рекомендовано редакционно-издательским советом УдГУ

Редакционная коллегия: Ерохин А. В., доктор филологических наук, профессор кафедры издательского дела и книговедения УдГУ,
Меншатова О. В., кандидат исторических наук, доцент кафедры издательского дела и книговедения УдГУ,
Бородулина С. Ф., кандидат исторических наук, доцент кафедры издательского дела и книговедения УдГУ

И 362 Издательское дело в регионах России: традиции и новации : сборник научных статей по итогам III Всерос. заоч. науч. конф., 18 апр. 2018 г. / Под ред. А. В. Ерохина, О. В. Меншатовой, С. Ф. Бородулиной. – Ижевск : Издательский центр «Удмуртский университет», 2018. – 106 с.

ISBN 978-5-4312-0669-6

Сборник научных статей «Издательское дело в регионах России: традиции и новации» включает работы преподавателей российских вузов, магистрантов и студентов направления «Издательское дело». Представлены работы из Высшей школы печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, Кубанского государственного университета, Приднестровского государственного университета им. Т. Г. Шевченко (г. Тирасполь), Тверского государственного университета, Национального исследовательского Томского государственного университета и Удмуртского государственного университета, посвящённые широкому кругу насущных вопросов издательского дела и редактирования: истории книгоиздания и прессы, проблемам издательской и книготорговой деятельности в регионах России, новейшим технологиям и их применению в издательских процессах, новым явлениям в библиотечном деле, аспектам редакторской работы на современном этапе.

Сборник имеет теоретическое и практическое значение и может быть использован как в редакционно-издательской практике, так и в научно-педагогической деятельности высшей школы.

УДК 655(082)
ББК 76.17я43

ISBN 978-5-4312-0669-6 © ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», 2018
© Авторы статей, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

От редакции	5
Раздел I. История издательского дела	8
<i>Бородулина С. Ф.</i>	
Книжная биржа в России как инструмент продвижения издательской продукции в первой половине 1990-х гг.....	9
<i>Матвейчук Е. А.</i>	
Развитие книгоиздания в Приднестровье: исторические реалии	14
<i>Флёрова А. С. Г.</i>	
Графическое оформление литературно-художественного журнала «Аполлон».....	20
<i>Широбокова И. В.</i>	
Издательская деятельность Удмуртского научно-исследовательского института в 1931–1941 гг.	27
Раздел II. Книгоиздание: печатная и электронная книга.....	33
<i>Аветисян С. А.</i>	
Феномен self-publishing (на примере сервиса Ridero).....	34
<i>Воронова Т. В.</i>	
Дополненная реальность: настоящее и будущее в издательском деле	39
<i>Воронова Т. В.</i>	
Элементы дополненной реальности (AR-реальности) в инновационной политике издательств	44
<i>Громова П. С.</i>	
Проблемы методического обеспечения обучения редактированию в вузе	49
Раздел III. Электронные и печатные СМИ	56
<i>Гаврина И. С.</i> Какой видят Удмуртию читатели ведущих российских Интернет-изданий?	57
<i>Меншатова О. В.</i>	
Научный медиаландшафт Удмуртии.....	64
<i>Старкова Г. И.</i>	
Газета «Метрополь – Принт» как медиапроект молодёжи постсоветской Удмуртии.....	72
Раздел IV. Книга. Читатель. Библиотека.	79
<i>Седова К. А.</i>	
Сайт Национальной библиотеки Удмуртской Республики как инструмент для привлечения пользователей	80
<i>Утева А. Е.</i>	
Иллюстрация в современных детских изданиях: новые технологии и проблема восприятия	86

<i>Югова Т. А.</i>	
Роль мероприятий библиотек в продвижении чтения.....	89
Раздел V. Современный литературный процесс и издательское дело в регионах России	95
<i>Мамедова А. Х.</i>	
Некоторые проблемы редакционно-издательской деятельности в образовательных организациях системы МВД России (на примере издательства «Санкт-Петербургского университета мвд россии»)	96
<i>Пушина А. П.</i>	
Архивные документы как источник изучения генеалогии семьи.....	102

Галина Ивановна Старкова

канд. филол. наук, доцент кафедры издательского дела и книговедения
Ижевск, Удмуртский государственный университет
stargi@mail.ru

**ГАЗЕТА «МЕТРОПОЛЬ – ПРИНТ» КАК МЕДИАПРОЕКТ
МОЛОДЁЖИ ПОСТСОВЕТСКОЙ УДМУРТИИ**

G. I. Starkova

*candidate of Philology, associate professor of Department of Publishing
and Book Science*

Izhevsk, Udmurt State University

**THE NEWSPAPER METROPOL – PRINT AS MEDIA PROJECT
OF YOUTH OF POST-SOVIET UDMURTIA**

Аннотация: В условиях перехода России к рынку и коммерциализации медийного пространства в 1990-х гг. появляются молодёжные медиапроекты, в корне отличающиеся от советских газет. В статье на основе анализа газеты «Метрополь – Принт» впервые показано её своеобразие как постсоветского медиапроекта, нового и интересного для молодёжной аудитории Удмуртии.

Abstract: In the conditions of Russia's transition to the market and the commercialization of the media space in the 1990s, youth media projects appear that are fundamentally different from Soviet newspapers. The article, based on the analysis of Metropol – Print newspaper, for the first time shows its uniqueness as a post-Soviet media project, which is new and interesting for the youth audience of Udmurtia.

Ключевые слова: коммерциализация медийного пространства, постсоветский медиапроект, молодёжная газета, новое и интересное явление.

Keywords: commercialization of the media space, post-Soviet media project, youth newspaper, new and interesting phenomenon.

Роль молодёжных печатных газет как материально-вещественного средства вербально-визуальной информационно-публицистической коммуникации и развивающей журналистики трудно переоценить. Кроме того, огромно значение периодики и в качестве исторического источника, зафиксировавшего социально-политические трансформации в стране в 1990-е гг., которые отразились и на молодёжных газетах [6].

Провозглашённая свобода печати, развал советской системы периодики, ликвидация ВЛКСМ, переход к рыночным отношениям, возможность организации частных изданий способствовали ликвидации республиканской молодёжной газеты «Комсомолец Удмуртии» и появлению множества газет, создаваемых частными фирмами и лицами. В 1990-е гг. были зарегистрированы газеты «Метрополь – Принт», «Курьер» (учредители: трудовой коллектив редакции и товарищество с ограниченной ответственностью «Бизнес-центр “Инмар”»), «Курьер-2», «Глазовский комсомолец» (учредитель В. Г. Чепкасов), «Тете-а-тете» (так в тексте. – Г.С.) (соучредители Е. Р. Капитоненко и Л. М. Прокошева), «Людоед» (учредитель Б. В. Науменко), «Колокол» (учредитель И. Б. Васильев) и др. [7]. Но некоторые издания вообще не вышли в свет ни разу, а другие «прожили» год-два, как правило, из-за отсутствия должного финансирования медиапроекта. К ним относится газета «Метрополь – Принт» – интересный медиапроект постсоветской Удмуртии, вышедший за типовые рамки советских молодёжных газет и по контенту, и по дизайну оформления.

Газета «Метрополь – Принт» выходила в Ижевске в 1992–1993 гг. Учредителями выступили Комитет молодёжных организаций Удмуртской Республики, соучредителями – АО «Иж-Метрополь» и полиграфическое предприятие «Иж-Принт». Этим и объясняется заглавие издания, которое редакция позиционировала как еженедельную молодёжную рекламно-информационную газету. Планируемая область распространения – Удмуртия. Главный редактор – С. В. Зыкин.

При регистрации газеты была представлена примерная тематика, в корне отличающаяся от тематики советских молодёжных газет: «информация, освещение деятельности молодёжных структур, занимающихся хозяйственной и экономической деятельностью; пропаганде (так в тексте. – Г.С.) деятельности Удмуртской федерации молодёжных организаций, направленной на решение социально-экономических проблем молодёжи; размещение рекламы и объявлений предприятий, учреждений, организаций и частных лиц» [8].

В первом номере редактор обращается к потенциальным читателям как к своим друзьям: «не сочти фамильярностью обращение на “ты”. Мне думается, так мы быстрее подружимся и лучше поймем друг друга». И изложил программу газеты: «мне бы хотелось, чтобы наша газета была нужной и доброй. ... Мы будем пытаться делать её такой, чтобы каждый смог найти на её страницах что-то для себя.

Со временем в ней можно будет найти всё. Всё, кроме чернухи, которой достаточно в нашей жизни и без газет». Редактор стремится создать коммуникативные связи с читателями, очерчивая их круг, и интерактивность: «Какой будет газета, во многом зависит и от тебя, Читатель, от твоих писем, откликов, предложений. Мы готовы общаться и сотрудничать с каждым. Наши страницы открыты для всех: для молодых писателей и журналистов, художников и фотографов, поэтов и философов, политологов и эрудитов (запятой в тексте нет. – Г.С.) бизнесменов и коммерсантов» [3].

О появлении газеты в киосках Ижевска сообщила газета «Удмуртская правда». Автор статьи отмечал, что «первый номер “Метрополь – Принта” в основном демонстрирует полиграфические возможности нового издания». Он же озвучил условие успеха медиапроекта: «Если к яркости цветов добавится ещё не только реклама, но и глубина содержания, то новая газета найдет путь к своему читателю» [2].

В первом номере рубрики газеты «Информация», «Объявления», «Реклама», «Слово», «Вернисаж», «Знайка» расположены на боковом колонтитуле. В рубрике «Знайка» объявлен конкурс кроссвордов и публиковались кроссворды, за разгадывание которых (при условии предоставления участником конкурса 10 руб. и составленного кроссворда) читателей ожидали призы по 1 тыс. руб.

В третьем номере на боковом колонтитуле размещены «умные фразы», такие как «У обезьяны много здравого смысла и восхитительной ловкости одурачивает (так в тексте. – Г.С.)», «Частный бизнес республики может делать чистую благотворительность», «Раз в стране бродят денежные знаки, то должны быть люди, у которых их много» [4].

Как известно, важность медиапроектов для молодой аудитории определяется материалами развивающей журналистики, которые содействуют процессу формирования личности, всестороннему и гармоничному развитию, расширению кругозора и лексического поля. «Метрополь – Принт» учёл особенности социально-экономических условий в стране и республике и предпринял попытку дать читателям базовое экономическое образование. Например, в рубрике «Всё о приватизации» пояснил «Как распорядиться приватизационным чеком», рекомендовал приобрести информационный бюллетень «Всё о приватизации. Новейшие нормативные акты, необходимые для практического осуществления приватизации» [4].

В составе газеты выпускался бюллетень БИС / Биржа Интеллектуальной Собственности, который сопровождался словами: «Тысячу раз был прав Ломоносов, утверждая, что “может собственных платонов и быстрых разумом ньютонов российская земля рождать”». Редакция активизировала технический потенциал читателей, обращаясь к ним со словами: «Если у вас есть идея (любая, даже о том, как изобрести новый велосипед), техническая разработка (завалывшаяся на полках вашего БРИЗа), технология – ноу-хау (до которой ещё никто не докопался), тогда обращайтесь к нам. БИС вам поможет. ... Интеллект стоит денег!».

В то сложное время, время существования безработицы, в № 4 агентство «Занятость» представило вакансии рабочих мест и должностей, а также объявления читателей о поиске работы.

Молодёжи представлена возможность эстетического развития. Так, в рубрике «Гостиная» опубликовано интервью с поэтом – студентом филологического факультета Удмуртского госуниверситета. На центральном развороте представлен «Электроклуб». Из номера в номер публиковалось произведение Н. Поночевского «Орден вельтунионов». Под рубрикой «Детектив из номера в номер» помещён рассказ Агаты Кристи «Убийство графа Фоскатини».

Данью времени и моде стала рубрика «Ваш гороскоп». Поскольку 1992 г. был Годом обезьяны, на страницах газеты представлен материал «Все мы немного обезьяны». При этом редакция готова была опубликовать любое «наблюдение о необычных случаях, полтергейсте, встречах с НЛО и т. д.», а также «подборки различных материалов, связанных с зодиакальными знаками». В четвёртом номере публикуются телепрограмма и SEХгороскоп.

Редакция «Метрополь – Принта» для финансового обеспечения жизнедеятельности активно предлагала площади под рекламу. Уже в первом номере газета сообщала о ходе развития Российских школ предпринимателей (печатала программу бизнес-школ), поместила рекламу «Ижладабанка», молодёжного вечернего лица «ЭРУДИТ», обучающего основам предпринимательской деятельности, акционерного страхового общества «Иж-АСТРО». Дворец пионеров и учащейся молодёжи сообщал о наборе в платные группы для школьников: карате-до, плавание и др. Приглашала школьников города и Республиканская станция юных натуралистов.

Но представленные рекламные материалы не всегда соответствовали интересам читательской аудитории. Например, совместное

российско-нидерландское предприятие «Стумхаммер-Буммаш» предлагало изготовить поковки типа валов, дисков, колец, цилиндров; внешне-экономическая консалтинговая фирма «ИЖИНТЕРТРЕЙД» сообщала о расширении перечня предоставляемых услуг; ПО УРАЛСПЕЦМОНТАЖ объявлял об оптовых поставках тракторов-снегоуборщиков и др.

Одна из полос газеты формата А3 в каждом номере была полностью отдана под рекламные предложения, в частности, АО «Иж-МЕТРОПОЛЬ», магазина фирмы «ФАКТОР», МФК «ФАРМА ПЛЮС» и ИЖТЭК [3]. Реклама текстовая сопровождалась иллюстрациями, например, объявление об открытии постоянно действующей выставки-продажи автомобилей иностранных марок известных зарубежных фирм сопровождалось фотографией большого размера иностранного автомобиля. Редакция привлекала рекламодателей с помощью слогана: «Реклама в газете “М-П” – это класс!» [4]. Публиковался купон, который давал право рекламодателям на бесплатное размещение реобъявления (так в газете. – Г.С.). Печатались рекламные объявления как организаций, так и частных лиц, например, по обмену квартир, продаже гаражей и автомобилей, сапог и юбок, трусов и аккумуляторов.

В 1993 г. на первой полосе появляется анонсирование материалов номера, в том числе рекламных предложений, а также анонс материалов следующего номера. Однотипные материалы объединялись на одной полосе: «Туристические фирмы приглашают», «Частные объявления» [5].

Газета «Метрополь – Принт» форматом А3 выходила сначала 1 раз в месяц, а затем – в 2 месяца. Объём варьировался от 8 до 12 страниц, тираж – от 5 до 7 тыс. экз. Издание выполнено в чёрно-белом варианте с фоновыми иллюстрациями и цветной обложкой.

В отличие от статичного типового оформления советских газет, новизна медиапроекта поддерживается дизайнерскими решениями, такими как смена оформления из номера в номер, игра со шрифтами, линейками, цветом, боковой колонтитул, интересное оформление, рисованные полосы, иллюстрации большого размера, присутствие фотографий и карикатур. Например, на последней полосе № 1 помещена фотография А. Репина обнажённой женщины на валуне, а на первой полосе № 4 – рисунок – коллаж, на первом плане которого выделяется обнажённая женщина на капоте машины, обвитая змеей (см. Рис. 1). Таким образом редакция стремилась привлечь читателя, разговаривая с ним на его языке.

При всех достоинствах газеты редакция, к сожалению, допустила ряд неточностей, в частности, не привела выпускные данные и не указала тираж. В целом, «Метрополь – Принт» смотрелся по-новому, былярским необычным, старался быть не только интересным, но и полезным для молодёжи Удмуртии медиапроектом, развивающим аудиторию в области экономики и техники. К сожалению, редакции газеты не удалось развить свой проект и из-за финансовых трудностей выпуск газеты прекратился.



Рис. 1. «Смелая» иллюстрация в газете «Метрополь – Принт»

Список источников и литературы

1. Колонка редактора // Метрополь – Принт. – 1992. – 10 сент.
2. Лесников, А. Соскучились по газете / А. Лесников // Удмуртская правда. – 1992. – 18 сент.
3. Метрополь – Принт. – 1992. – 10 сент.
4. Метрополь – Принт. – 1992. – 29 окт.
5. Метрополь – Принт. – 1993. – 19 мар.
6. Старкова, Г. И. Молодёжная пресса Удмуртии 1920-1930-х годов как исторический источник и объект изучения / Г. И. Старкова // Региональная история, локальная история, историческое краеве-

дение в предметных полях современного исторического знания: матер. Всерос. науч. конф. – Ижевск: Удмуртский университет, 2012. – С. 138-145.

7. ЦГА УР (Центральный государственный архив Удмуртской Республики). Фонд Р-1695. Документы о регистрации и снятии с учёта. Опись 1. Дела 60, 52, 57, 114, 65.
8. ЦГА УР. Фонд Р-1695. Опись 1. Дело 60.