

компании-учредителю), информирующее читателей (сотрудники, клиенты, партнеры) о деятельности компании, достижениях работников, смежных сферах интересов компании, а также служащее каналом обратной связи между подчиненными и руководителем, формирующее корпоративную культуру, создающее положительный имидж организации, мотивирующее сотрудников на решение производственных задач. Действия членов редакционной коллегии при этом ограничены корпоративной этикой.

Таким образом, мы видим, что современные корпоративные СМИ многозадачны. Чтобы стать не просто инструментом PR, они должны освещать различные социальные проблемы (например, затрагивать проблему плохого качества спецодежды, высокого уровня производственного травматизма и др.).

Список литературы

1. Закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ) от 27.12.1991 № 2124-1.
2. Блэк С. Паблик рилейшнз / С. Блэк. – М.: Сирин, 2002. – 255 с.
3. Быкадорова А. С. Формирование типов региональной корпоративной прессы на юге России : этапы становления / А. С. Быкадорова // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. : Филология. Журналистика-2014. – № 1. – С. 129–132.
4. Горчева А. Ю. Корпоративная журналистика / А. Ю. Горчева. – М. : Юнити : 2008. – с. 250.
5. Диканова М. Н. Корпоративные издания: многообразное единство / М. Н. Диканова. – М. : Диамонда, 2009. – С. 12–18.
6. Мурзин Д. А. Корпоративная пресса: современные типологические концепции / Д. А. Мурзин. – М. : Юрайт, 2007. – 179 с.
7. Серебряков С. Самиздат в фирменной упаковке / С. Серебряков // Советник. – 2003. – № 8. – С. 25.

А. В. Овсянникова, О. В. Климова

К вопросу определения открытки как вида издания

Аннотация: сопоставлены определения открыток и почтовых карточек, в результате анализа выявлены сходства и различия, что видится авторами статьи издательской проблемой, требующей унификации.

Ключевые слова: *открытка, почтовая карточка, карточка, изобразительная открытка, вид издания.*

To the issue of identification cards as a form of publication

Abstract: was mapped definition cards and postcards, and the analysis revealed similarities and differences that is seen by the author in the publishing problem that requires unification.

Keywords: *postcard, post card, card, graphic card, type of publication.*

В научных статьях и исследовательских материалах понятие открытки нельзя назвать противоречивым, но не все характеристики открытки как издания конкретны. Определяя открытку для целей издательского проекта, мы столкнулись с рядом сложностей: возникли неразъясненные вопросы при изучении государственных стандартов и определяющих документов.

На основе заявленной проблемы выделим два понятия: «почтовая карточка» и «изобразительная открытка», которые не могут быть совмещены для издателя в определении «открытка».

В ходе анализа этих понятий были выявлены сходства и различия в отношении различных параметров, такие как плотность, формат, расположение иллюстрации, характер выходных сведений, наличие и расположение иллюстрации. Кроме того, нами выявлена путаница в определениях, приведенных в различных источниках.

Так, ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды, термины и определения» определяет открытку как «карточное издание, отпечатанное с одной или двух сторон, имеющее установленный формат». Там же введено определение изобразительной открытки, которая должна с одной стороны содержать изображение (рисунок, фотографию, художественную репродукцию), с другой – текст, поясняющий изображение, или письма [ГОСТ 7.60–2003 Издания. Основные виды, термины и определения].

ГОСТ Р 51507-99 «Карточки почтовые. Технические требования. Методы контроля» определяет термин «карточка». Под карточкой понимается «стандартный прямоугольный бланк из бумаги для открытых почтовых сообщений». ГОСТ дает конкретные указания о формате, плотности бумаги, расположении адресных зон, используемых шрифтах, толщине линий издания почтовой карточки, но не открытки. В документе это понятие не зафиксировано, таким образом, не ясно, являются ли аналогами эти виды издания и обязан ли издатель применять к открытке установленные параметры.

В статье «Трансформация открытого письма (открыток) в современном социокультурном пространстве» кандидат исторических наук М. В. Самбур сформулировала определение открытки, объединив понятие почтовой карточки и изобразительной открытки, следующим образом: «особый вид почтовой карточки для письма, отправляемого без конверта, на лицевой стороне которой может располагаться изображение, а оборотная (или адресная) сторона предназначена для написания адресов получателя и отправителя, а также для почтовой марки. Открытка может быть и не почтовой. В этом случае на ней нет почтовой марки и не предусмотрено место для адреса – это карточка из плотной бумаги или картона» [Самбур, 2014: 97–98]. К сожалению, М. В. Самбур акцентирует внимание на наличии/отсутствии иллюстративного ряда, вторичной упаковки (конверта), почтовых реквизитов (адресов отправителя/получателя и почтовой марки), оставляя без комментариев формат открытки как вида издания.

Обратившись к справочнику филокартистов [Забочень, 1973], мы выяснили, что у коллекционеров имеется четкое представление о формате издания: «открытка отличается тем, что изготавливается из плотной мелованной, офсетной

или фотографической бумаги, имеет стандартный формат (9*14 см или 10,5*14,8 см)». Кроме этого, указан ряд параметров, которые на данный момент в государственных документах претерпели изменения: «Требовалось лишь, чтобы адресная сторона была разделена вертикальной линией на две части, и чтобы в правой части имелось несколько адресных линий».

Стоит отметить, что сведения в справочнике актуальны для филокартистов, историков и других специалистов, т. к. они коллекционируют или исследуют материал в ретроспективе. Стоит сказать, что и в 1973 году М. С. Забочень также отмечает вариативность открытых писем: «В последние годы стали выпускаться открытки самых различных размеров. Известны и такие открытки, вся адресная сторона которых заполнена пояснительным текстом» [Забочень, 1973: 7–8].

Возможно, исследователи умышленно обходят стороной вопрос о формате открытки. Это может быть связано с тем, что в реальности в продаже встречаются различного формата листы из плотной бумаги или картона с какой-либо надписью и изображением. Используется трафаретная печать, конгревное тиснение, фигурная высокоточная вырубка, тиснение фольгой, фальцовка, склейка [Самбур, 2014: 97–98]. При этом в наименовании четко указано – открытка. Часто такие изделия упакованы в индивидуальные конверты соответствующего размера.

Анализ технических требований, установленных нормативными документами, позволяет выявить между открытками и почтовыми карточками ряд сходств.

ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды, термины и определения» определяет открытку как карточное издание, отпечатанное с одной или двух сторон, имеющее установленный формат. Отличие от листового издания (издание в виде одного или нескольких листов печатного материала любого формата без скрепления) заключается в том, что карточка должна быть изготовлена из бумаги повышенной плотности (более 150 грамм на м²). Таким образом, по ГОСТ 7.60-2003, одна из основных характеристик открытки – плотность бумаги, из которой она изготовлена.

ГОСТ Р 51507-99 «Карточки почтовые. Технические требования. Методы контроля» определяет термин «карточка». Под карточкой понимается «стандартный прямоугольный бланк из бумаги для открытых почтовых сообщений». Для карточки, как и для открытки, установлен параметр плотности: бумага разного сорта – мелованная, офсетная – 1 м² 240–250 г. и 1 м² 220–240 г. соответственно, и другие сорта, у которых показатели сорности, гладкости, белизны не ниже указанных. Также допустимо использовать картон с мелованным покрытием массой картона площадью 1 м² 200–250 г.

По характеру выходных сведений также выявлен ряд сходств. Выходные сведения открытки должны, а почтовой карточки – могут – содержать фамилию художника или фотографа, знак охраны авторских прав. Выходные данные, номер заказа и тираж в обязательном порядке размещают на том и другом виде издания.

Говоря о различиях в определениях карточки и открытки, необходимо

подчеркнуть отсутствие четких указаний касательно формата изобразительной открытки в ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды, термины и определения» и других определяющих документах.

В том случае, если изобразительная открытка служит для пересылки по почте, формат ее можно ограничить форматом конверта, в котором она будет отправляться. Минимальный размер конверта 110*162 мм [ГОСТ Р 51506-99 Конверты почтовые. Технические требования. Методы контроля].

Формат почтовой карточки должен быть 105*148 мм или 103*195 мм (только для иллюстрированных карточек).

ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды, термины и определения» указывает на расположение выходных сведений на изобразительной открытке, которая с одной стороны содержит изображение (рисунок, фотографию, художественную репродукцию), с другой – текст, поясняющий изображение, или письма [ГОСТ 7.60–2003 Издания. Основные виды, термины и определения]. Называют эти стороны, соответственно, лицевая и обратная.

Выходные сведения, согласно ГОСТ Р 7.0.4–2006 «Издания. Выходные сведения», приводятся на оборотной стороне издания. На лицевой стороне могут быть указаны имя автора и заглавие издания [ГОСТ Р 7.0.4–2006 Издания. Выходные сведения].

Почтовые карточки могут быть иллюстрированными. Существуют вариации размещения изображения: на лицевой стороне карточки (там же, где адресная информация) и на обратной стороне. Место расположения выходных сведений строго определено – лицевая сторона.

На изобразительной открытке лицевой стороной называют ту, на которой нанесено изображение.

Еще одно явное отличие почтовой карточки от изобразительной открытки заключается в оформлении. ГОСТ Р 51507-99 дает предписания по оформлению карточек: должна присутствовать надпись «Карточка почтовая» или «Carte postale».

Имея схожие характеристики по плотности бумаги и размещению изображения и текста, почтовая карточка и изобразительная открытка могут различаться по формату.

В том случае, если изобразительная открытка служит для пересылки по почте, формат ее можно ограничить форматом конверта, в котором она будет отправляться. Минимальный размер конверта 110*162 мм [ГОСТ Р 51506-99 Конверты почтовые. Технические требования. Методы контроля].

Основным сходством открытки и почтовой карточки является плотность и качество бумаги, из которой они могут быть изготовлены. Схожие требования имеют расположение и характер выходных сведений.

Таким образом, проведенное исследование позволяет утверждать синонимичность, аналоговость открытки и почтовой карточки как средства коммуникации и различие в качестве видов издания как издательского продукта.

В статьях и научных трудах можно выделить основное сходство анализируемых изданий: авторы определяют понятие «открытка» в соответствии с теми

научными задачами, которые они преследуют. Открытка служит материалом для исследования с исторической, филологической, музейной, культурологической, искусствоведческой точек зрения, что говорит о безусловном интересе к этому виду издания. Однако именно издательский ракурс открытки как почтовой карточки или как изобразительной открытки видится авторам статьи не вполне изученным.

Список литературы

1. ГОСТ 7.60–2003 Издания. Основные виды. Термины и определения. – Введ. 2004-07-01, Минск : Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 2004.
2. ГОСТ Р 7.0.4–2006 Издания. Выходные сведения. – М. : Стандартинформ, 2006.
3. ГОСТ Р 51506-99 Конверты почтовые. Технические требования. Методы контроля. – Введ. 2000-01-07, М.: Госстандарт России, 2000.
4. Самбур М. В. Трансформация открытого письма (открыток) в современном социокультурном пространстве / М. В. Самбур // Теория и история культуры, 2011. - № 5 (43). – С. 97-100.
5. Бумага. Главный раздел // сайт ООО «Бумажно Картонажной Фабрики». – URL: <http://snabupak.ru/pages/?id=44> (дата обращения: 18.06.2017 г.).
6. Забочень М. С. Филокартия / М. С. Забочень. – М. : Связь, 1973. – 104 с.

П. К. Погребницкая, Е. А. Березовская

Адаптация материалов печатного периодического издания к представлению в электронной версии

Аннотация: рассматриваются особенности подготовки материалов печатного периодического издания к публикации в электронной версии издания. Уточняется определение электронной версии издания и ее признаки. В соответствии с ними характеризуются материалы, которые используются в электронных версиях периодических корпоративных изданий. Описываются принципы рубрикации электронных версий периодических изданий, методики адаптации текстовых и графических материалов печатного издания для публикации в электронной версии, примеры использования интерактивных элементов электронной версии для взаимодействия читателей корпоративных изданий с редакциями. Таким образом, представляются общие рекомендации по адаптации содержательной части электронной версии периодического издания и выявляются нуждающиеся в развитии методики на примере проекта электронной версии газеты «Уральский федеральный».

Ключевые слова: *электронные СМИ, интернет-СМИ, сетевые версии традиционных СМИ, газета, корпоративная пресса, корпоративное издание, корпоративная газета, гипертекст, адаптация текста, интерактивность, мультимедийность, газета «Уральский федеральный».*