

Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Филологический факультет
Кафедра общего литературоведения, издательского дела и редактирования

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ООП
д-р филол. наук, профессор
И. А. Айзикова
« 10 » Июль 2020 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
СОВРЕМЕННЫЙ ФОРМАТ ПУТЕВОДИТЕЛЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ
В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО КРАЕВЕДЧЕСКОГО КНИГОИЗДАНИЯ

по основной образовательной программе подготовки бакалавров
направление подготовки 42.03.03 — Издательское дело

Гришина Екатерина Евгеньевна

Руководитель ВКР
канд. филол. наук, доцент
Е. А. Макарова
подпись
« 10 » Июль 2020 г.

Автор работы
студент группы № 1367
Е. Е. Гришина
подпись

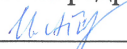
Томск – 2020

Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Филологический факультет

Кафедра общего литературоведения, издательского дела и редактирования

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

 И. А. Айзикова

« 3 » октября 2019 г.

ЗАДАНИЕ

по подготовке бакалаврской работы

студентке Гришиной Екатерине Евгеньевне, группы 1367

1. Тема бакалаврской работы: Современный формат путеводителя для детей в контексте регионального краеведческого книгоиздания.

2. Срок сдачи студентом выполненной дипломной работы:

- | | |
|---------------|------------|
| а) на кафедре | 10.06.2020 |
| б) в ГАК | 17.06.2020 |

3. Исходные данные к работе:

Цель исследования: выявление особенностей нового формата путеводителя для детей младшего школьного возраста в виде гибридного издания в контексте томского краеведческого книгоиздания.

Задачи:

- 1) описать историю развития путеводителя в контексте г. Томска;
- 2) рассмотреть специфику путеводителя как краеведческого и информационно-развлекательного вида издания;
- 3) определить ключевые характеристики гибридного вида издания;
- 4) обозначить специфику редакционной подготовки путеводителя как гибридного издания;
- 5) выявить особенности информационно-развлекательного путеводителя для детей младшего школьного возраста;
- 6) описать процесс реализации путеводителя для детей в виде гибридного издания (на примере заказного коммерческого проекта в контексте бренда «Томск — Изумрудный город»).

Объект: новый формат гибридного издания путеводителя.

Предмет: особенности редакционной подготовки и информационного наполнения гибридного издания путеводителя (на примере путеводителя по г. Томску в рамках бренда «Томск — Изумрудный город»).

Методы: междисциплинарный, описательный, аналитический, проектный; типология книги, теория и методика редакционно-издательской деятельности.

4. Краткое содержание работы:

Глава 1. Путеводитель в контексте регионального краеведческого книгоиздания.

1.1. История формирования вида путеводителя Томска на современном этапе.

1.2. Своеобразие краеведческих информационно-развлекательных изданий (в контексте Томска).

1.3. Специфика читательской аудитории путеводителя как вида многофункционального издания.

Срок выполнения: 25.11.2019.

Глава 2. Типовидовая классификация путеводителя как информационно-развлекательного издания.

2.1. Трансформация вида путеводителя как краеведческого издания (в контексте книжной продукции Томска).

2.2. Вид гибридного издания как одна из новых форм представления путеводителя.

2.3. Разработка ментальной карты современных форматов путеводителей для детей младшего школьного возраста.

Срок выполнения: 10.02.2020.

Глава 3. Разработка современного формата путеводителя для детей (на примере реализации заказного коммерческого проекта).

3.1. Специфика редакционной подготовки путеводителя в формате гибридного издания.

3.2. Особенности подготовки путеводителя как информационно-развлекательного вида издания для детей младшего школьного возраста.

3.3. Реализация заказного коммерческого проекта по созданию путеводителя для детей младшего школьного возраста.

Срок выполнения: 22.05.2020.

5. Указать предприятие, организацию, по заданию которого выполняется работа: ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский Томский государственный университет».

6. Дата выдачи задания «03» октября 2019 г.

Руководитель бакалаврской работы
канд. филол. наук, доцент

Е. А. Макарова



подпись

Задание принял к исполнению « 03 » октября 2019 г.



подпись студента

Отчет о проверке на заимствования №1



Автор: grischina.kotya@yandex.ru / ID: 7945188

Проверяющий: (grischina.kotya@yandex.ru) / ID: 7945188)

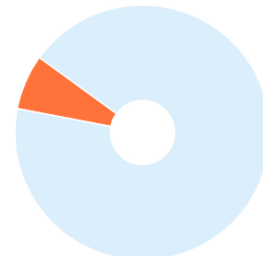
Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- <http://users.antiplagiat.ru>

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 1
Начало загрузки: 24.05.2020 18:14:41
Длительность загрузки: 00:00:05
Имя исходного файла: Гришина. Текст ВКР.pdf
Название документа: Гришина. Текст ВКР
Размер текста: 1 кБ
Символов в тексте: 192071
Слов в тексте: 23197
Число предложений: 3102

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 24.05.2020 18:14:46
Длительность проверки: 00:00:05
Комментарии: не указано
Модуль поиска: Модуль поиска Интернет



ЗАИМСТВОВАНИЯ

7,37%

САМОЦИТИРОВАНИЯ

0%

ЦИТИРОВАНИЯ

0%

ОРИГИНАЛЬНОСТЬ

92,63%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.

Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.

Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.

Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.

Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.

Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.

Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.

Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска
[01]	1,53%	книга — 2014 : библиогр. указ. / сост. Т. Г. Бурматова ; ред. С. С. Быкова ; ...	http://lib.knigi-x.ru	07 Ноя 2017	Модуль поиска Интернет
[02]	0,7%	Специфика разработки путеводителя как основного справочно-информ...	https://cyberleninka.ru	27 Дек 2019	Модуль поиска Интернет
[03]	0,28%	Краеведческие периодические издания Российской Федерации на рубе...	https://cyberleninka.ru	05 Мая 2020	Модуль поиска Интернет

Еще источников: 17

Еще заимствований: 4,84%

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа посвящена исследованию путеводителей для младших школьников в контексте краеведческих информационно-развлекательных изданий г. Томска. Изучены тенденции современного рынка томских краеведческих изданий, специфика их читательской аудитории. Рассмотрена типовидовая классификация путеводителей на примере изданий г. Томска, на основании которой разработана ментальная карта, обобщающая известные (традиционные и современные печатные и электронные) и прогнозируемые форматы путеводителей.

Проведена работа по созданию гибридного издания путеводителя для детей младшего школьного возраста в рамках заказного коммерческого проекта (под брендом «Томск — Изумрудный город»).

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
Глава 1. Путеводитель в контексте регионального краеведческого книгоиздания	11
1.1. История формирования вида путеводителя Томска на современном этапе.....	11
1.2. Своеобразие краеведческих информационно-развлекательных изданий (в контексте книжной продукции Томска)	19
1.3. Специфика читательской аудитории путеводителя как вида многофункционального издания.....	24
Глава 2. Типовидовая классификация путеводителя как информационно- развлекательного издания	31
2.1. Трансформация вида путеводителя как краеведческого издания (в контексте книжной продукции Томска).....	31
2.2. Вид гибридного издания как одна из новых форм представления путеводителя.....	39
2.3. Разработка ментальной карты современных форматов путеводителей для детей младшего школьного возраста	42
Глава 3. Разработка современного формата путеводителя для детей (на примере реализации заказного коммерческого проекта)	46
3.1. Специфика редакционной подготовки путеводителя в формате гибридного издания.....	46
3.2. Особенности подготовки путеводителя как информационно-развлекательного вида издания для детей младшего школьного возраста	53
3.3. Реализация заказного коммерческого проекта по созданию путеводителя для детей младшего школьного возраста.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	76
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	79
ПРИЛОЖЕНИЯ	89

ВВЕДЕНИЕ

Современный издательский рынок представляет собой так называемый «рынок покупателя», т. е. он ориентирован, в первую очередь, на потребности потенциальных читателей и развивается по принципу активной коммуникации с потребителями. В связи с этим в книжном деле наметилась тенденция обновления форматов изданий. Особенно этот процесс заметен в региональном краеведческом книгоиздании, т. к. именно за счет обновления формы и вида изданий о крае или городе современные региональные издательства стремятся привлечь новых читателей — детей младшего школьного возраста. Самым распространенным и привлекательным для читателя жанром краеведческой литературы остается путеводитель, особенность которого заключается в его многофункциональности и способности использования междисциплинарного подхода при его создании. Именно эти черты позволяют издателям представить путеводитель в виде гибридного издания (т. е. комплекса нескольких издательских продуктов). Таким образом, при закономерной смене формы изданий и предпочтений читателей с течением времени жанр путеводителя оставляет за собой статус непреходящей актуальности.

Особое значение при изучении современных форматов путеводителей имеет специфика регионального краеведческого книгоиздания. В представленном исследовании актуально рассмотрение особенностей томского регионального книгоиздания, небольшая, но немаловажная часть которого реализуется под знаком бренда «Томск — Изумрудный город». Еще со времен жизни и творчества писателя А. М. Волкова, приехавшего в г. Томск в 1907 г., начало формироваться впечатление о городе как о волшебном, изумрудном. Именно под впечатлением от томской архитектуры, зеленых крыш домов и множества парков А. М. Волков написал свой первый роман цикла «Волшебник Изумрудного города». В настоящее время продолжается активное позиционирование Томска как Изумрудного города: построен торговый центр с идентичным названием, при котором установлен памятник героям сказки А. М. Волкова, проводятся тематические экскурсии от Первого Экскурсионного Бюро¹, например, авторская экскурсия Ю. А. Рудницкого «Изумрудный Томск Александра Волкова».

Кроме того, следует отметить общие для всего регионального краеведческого книгоиздания черты. Во-первых, знаковой является процедура формирования контента (или запроса на определенный контент, информацию): большей частью инициатива идет «снизу», за счет непосредственных потребителей, в пространстве неформальных СМИ.

¹ Первое Экскурсионное Бюро [Электронный ресурс] : Туроператор по внутреннему туризму РТО 017688. URL : <http://1peb.ru/> (дата обращения: 29.05.2020).

Во-вторых, специфика заключается в наличии инициатора проекта и способах финансирования. Это могут быть инициативные авторские (зачастую любительские) проекты, заказные, проекты администрации города и т. д. В-третьих, региональные краеведческие издания характеризуются иными путями распространения (по сравнению с изданиями не краеведческой тематики или формирующихся в столичных издательствах): через музеи, учебные заведения, библиотеки, частные книжные магазины, на различных городских культурных мероприятиях, экскурсиях и т. д. И, наконец, специфика регионального краеведческого книгоиздания заключается в трансформации редакционного этапа производства книги (сокращении, либо полном его отсутствии) в связи с различием квалификации инициаторов проекта и преобладания в регионах типографских площадок над издательскими.

Исходя из перечисленных специфических черт томского и в целом краеведческого книгоиздания, можно сформулировать **актуальность исследования**, которая заключается в создании нового формата путеводителя, способного отразить текущее развитие г. Томска под брендом «Томск — Изумрудный город» в форме, доступной детской целевой аудитории.

Новизной исследования является создание современного формата путеводителя в виде гибридного издания, содержащего в себе различные формы представления материала информационно-развлекательного характера, адаптированного под разную целевую аудиторию (преимущественно детскую младшего школьного возраста, но также нацеленную и на сопровождающих их взрослых читателей: родителей, учителей, воспитателей, экскурсоводов и др.).

Гипотеза исследования состоит в следующем. Современное книгоиздание в регионах не может обходиться без соответствующей краю или городу литературы. Но особенности психологии современного и требовательного читателя вынуждают издательства отвечать вызовам времени и выпускать обновленную литературу. Поэтому представляется очевидным, что именно новый формат путеводителя в виде гибридного издания будет соответствовать запросам современных читателей и сможет передать особый «дух города Томска».

Цель исследования — выявление особенностей нового формата путеводителя для детей младшего школьного возраста в виде гибридного издания в контексте томского краеведческого книгоиздания.

Задачи:

- 1) описать историю развития путеводителя в контексте г. Томска;
- 2) рассмотреть специфику путеводителя как краеведческого и информационно-развлекательного вида издания;

- 3) определить ключевые характеристики гибридного вида издания;
- 4) обозначить специфику редакционной подготовки путеводителя как гибридного издания;
- 5) выявить особенности информационно-развлекательного путеводителя для детей младшего школьного возраста;
- 6) описать процесс реализации путеводителя для детей в виде гибридного издания (на примере заказного коммерческого проекта в контексте бренда «Томск — Изумрудный город»).

Объектом исследования выступает новый формат гибридного издания путеводителя. **Предмет исследования** — особенности редакционной подготовки и информационного наполнения гибридного издания путеводителя (на примере путеводителя по г. Томску в рамках бренда «Томск — Изумрудный город»).

Хронологическими рамками исследования являются последние шесть лет (2014–2020 гг.), т. к. необходимо рассмотреть актуальные и наиболее репрезентативные примеры путеводителей для детей, изданные в региональных издательствах и типографиях. Основываясь на том факте, что в 2014 г. состоялся юбилей г. Томска, когда в очередной раз резко активизировался выпуск краеведческой продукции, мы посчитали логичным повести отсчет отсюда.

Материал для реализации исследования напрямую связан с обозначенными хронологическими рамками и представляет собой выборку таких краеведческих изданий Томска, как путеводители и близкие к нему виды и подвиды (карты, экскурсионные маршруты и др.). В итоге в качестве материала взяты издания из следующих источников: библиотечного каталога и архива Научной библиотеки ТГУ; библиографического указателя «Томская книга»², ежегодно формирующегося ТОУНБ им. А. С. Пушкина на основе весенней книжной ярмарки; частных книжных и букинистических магазинов города Томска («Водолей», книжные магазины-музеи «Букинист Суздальский» и «Петрь Макушинь» и др.), а также крупнейшего в Томске рекламного агентства — Медиа-холдинг «Рекламный дайджест».

В данном исследовании применимы такие **методы**, как междисциплинарный, описательный, аналитический, проектный. В качестве **методологической базы** использованы типология книги в целом, а также теория и методика редакционно-издательской деятельности.

Теоретическая значимость работы состоит в обобщении знаний о специфике томского краеведческого книгоиздания, современных видах и форматах путеводителей и особенностях их редакционно-издательской подготовки, а также в описании нового формата

²Томская книга — 2017 : библиогр. указ. / ТОУНБ им. А. С. Пушкина ; [сост. Т. Г. Бурматова ; ред. : С. С. Быкова, Н. В. Гурулева ; отв. за вып. Т. П. Вергановичус]. Томск : [б. и.], 2018. 126 [4] с.

путеводителя как гибридного издания, непосредственно предназначенного для детской читательской аудитории (в контексте бренда «Томск — Изумрудный город»).

Практическая значимость работы состоит в возможности применения результатов исследования в сферах краеведения, туризма, рекламы и распространения книжной продукции. Кроме того, полученные данные о новом формате путеводителя могут быть использованы специалистами как региональных, так и столичных издательств, сотрудниками музеев, университетов, библиотек, книжных магазинов, туристских и экскурсионных организаций, а также рядовыми читателями, заинтересованными в развитии города.

Структура данной работы обусловлена заявленной целью и ходом выполнения поставленных задач. Исследование включает введение, три главы и заключение.

Введение раскрывает актуальность, новизну темы, цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, его теоретическую и практическую значимость.

В первой главе «Путеводитель в контексте регионального краеведческого книгоиздания» освещается история формирования вида путеводителя на современном этапе, своеобразие краеведческих информационно-развлекательных изданий и особенности их читательской аудитории.

Во второй главе «Типовидовая классификация путеводителя как информационно-развлекательного издания» рассматривается трансформация вида путеводителя из традиционных печатных и электронных форматов в вид гибридного издания. Проводится разработка ментальной карты форматов современных путеводителей для детей младшего школьного возраста.

В третьей главе «Разработка современного формата путеводителя для детей (на примере реализации заказного коммерческого проекта)» анализируются особенности редакционной подготовки гибридного и информационно-развлекательного издания для детей младшего школьного возраста. Реализуется проект по созданию гибридного издания путеводителя для детей в контексте бренда «Томск — Изумрудный город».

В заключении подводятся итоги исследования, формируются окончательные выводы по рассматриваемой теме и намечаются перспективы для дальнейшего исследования.

Глава 1. Путеводитель в контексте регионального краеведческого книгоиздания

1.1. История формирования вида путеводителя Томска на современном этапе

Необходимо помнить, что в дореволюционный и советский периоды вышел целый ряд достойных внимания путеводителей, имеющих разное наполнение и адресно-целевую направленность. Несмотря на их типовидовую размытость, они интересны своим формированием, содержательным наполнением и складыванием интересующего нас вида издания³.

С 2000-х гг. в контексте томского краеведческого книгоиздания в связи с различными юбилейными мероприятиями начинают активно издаваться различного рода путеводители. Характерно, что многие из них являлись заказными либо коммерческими изданиями, результатами грантовой поддержки, некоторые стали одноразовой инициативой их создателей. Это особо ярко проявилось в эпоху перестроечного и постперестроечного периодов, когда появилось много частных коммерческих издательств и типографий. Знаковыми являются такие примеры изданий, как «Томск. Путеводитель для гостей города и томичей» (Издательство «Путешествие в Сибирь», 2004 г.)⁴, «Томск. Путеводитель» (ООО «Полиграф-сервис», 2008 г.)⁵ и др. Также продолжают публиковаться альбомы, близкие по форме к иллюстрированным путеводителям, например, «Легенды и мифы старого Томска» (2006 г.)⁶. Помимо альбомов, начинают активно распространяться наборы изобразительных открыток с изображением знаковых мест, памятников и достопримечательностей Томска, что также представляет собой один из сопроводительных аспектов путеводителя⁷.

³ См.: Адрианов А. В. Город Томск в прошлом и настоящем. Томск : Изд-е «Сиб. кн. магазина» Михайлова и Макушина, 1890. разд. паг.; Чирков Н. С. Путеводитель по г. Томску и его окрестностям. Томск : [б. и.], 1905. 156 с.; Чирков Н. С. Путеводитель по г. Томску и его окрестностям с приложением плана города. Томск : Епархиальная типография, 1907. 236 с.; Чирков Н. С. Путеводитель по г. Томску и его окрестностям. Томск : Печатня Яковлева. Том. отд-ние, 1908. 236 с.; Гурьев Н. А. Томск в кармане. Томск : Гурьев и Миллер, 1912. 118 с.; Лясоцкий И. Е. Прошлое Томска в названиях его улиц, построек и окрестностей. Томск, 1952. 54 с.; Улицы Томска : справочник по состоянию на 1 января 1964 года / А. С. Банщиков, В. П. Прядильщикова. Томск, 1964. 104 с. (Исполнительный комитет Томского городского Совета депутатов трудящихся). Справочник издан к 360-летию города Томска; Улицы Томска. Справочник по состоянию на 1 января 1977 г. / сост. А. А. Шарковская, З. К. Гизатулина ; отв. ред. Н. С. Пойзнер ; ред. С. А. Заплавный ; худож. В. А. Марьин. Томск, 1977. 135 с.; Прогулка по старому Томску [книга-альбом] / сост. Э. Майданюк ; худож. О. Патрина ; науч. консультант В. Д. Славнин. Томск : Книжное издательство, 1992. 102 с.; Улицы Томска. Атлас-справочник / Продюсерский Центр «ГалаПресс», Муниципальное предприятие городское архитектурно-планировочное бюро ; сост. Г. Чупин, Г. Лячин. Томск, 1997. Вып. 3. 176 с.; Прогулки по г. Томску, 1998 г. Серия материалов : «В помощь семье и школьному учителю» / Управление по физической культуре, молодежи и туризму Администрации Томской области. Томск, 1998. 42 с.

⁴ Жуков А. Томск. Путеводитель для гостей города и томичей. Томск : Путешествие в Сибирь, 2004. 231 с.

⁵ Томск. Путеводитель : 2-е изд. Томск : ООО «Полиграф-сервис», 2008. 239 с.

⁶ Легенды и мифы старого Томска : книга-альбом. Томск : Панорама, 2006. 256 с.

⁷ См.: Томск 410. Мой любимый город : открытки / фото Р. Петрушина. Томск, 2014. 18 отд. л.

В 2010 г. фаворитом среди данного вида изданий явился «Томск. Иллюстрированный путеводитель-дайджест» типографии Д'Принт⁸. *Дайджест* — это «сборник, содержащий подборку текстов или извлечений из них, перепечатанных из других изданий»⁹. Данный путеводитель-дайджест рассчитан на общее ознакомление с городом, поэтому издание наполнено большим количеством рекламно-информационного материала, а также содержит множество иллюстраций, карту Томска и сопровождается текстом на русском и английском языках. В настоящее время данный путеводитель, на наш взгляд, не является образцовым примером из-за перенасыщения текстовой и иллюстративной информацией, мелким неудобочитаемым шрифтом, а также некомпактным для путеводителя форматом (243 страницы формата А5), однако является оптимальным для ознакомления туристов и иностранцев с городом Томском.

Более подробно динамику трансформации вида путеводителя за последние 10 лет можно рассмотреть в сводной *таблице 1* всех издаваемых путеводителей (и близких к нему видов, например, карт и экскурсионных маршрутов) в городе Томске. Обозначим сопутствующие путеводителю виды изданий и их определения:

- *путеводитель* — «...справочник, содержащий сведения о каком-либо географическом пункте или культурно-просветительном учреждении (мероприятии), расположенные в порядке, удобном для следования или осмотра»¹⁰;
- *дайджест* — «...сборник, содержащий подборку текстов или извлечений из них, перепечатанных из других изданий»¹¹;
- *карта* — «...картографическое листовое издание, содержащее карту, занимающую всю площадь листа»¹²;
- *карта-схема* — «...карта, содержание в которой представлено в виде упрощенно-обобщенного изображения»¹³;
- *экскурсия (экскурсионный маршрут)* — текстовое представление повествования экскурсовода в соответствии с каким-либо маршрутом.

Данные по публикациям обозначенных в таблице изданий взяты из сборников «Томская книга. Библиографический указатель», издаваемых ежегодно Томской областной универсальной научной библиотекой им. А. С. Пушкина с 2000 г. по итогам весенней

⁸ Томск : иллюстрированный путеводитель-дайджест. Томск, 2010. 243 с.

⁹ ГОСТ Р 7.0.60–2019. Издания. Основные виды. Термины и определения. Первая редакция (проект). М., 2019. С. 6.

¹⁰ Там же. С. 24.

¹¹ Там же. С. 6.

¹² Там же. С. 12.

¹³ Там же. С. 12.

книжной ярмарки, изданий, хранящихся в фондах Научной библиотеки ТГУ, а также из перечня печатной продукции региональных издательств и типографий.

Таблица 1 — Путеводители, издаваемые в г. Томске в период 2010–2020 гг.

Название	Вид издания	Читательский адрес
<i>2010 год</i>		
Томск : иллюстрированный путеводитель-дайджест. — Томск : Д-Принт, 2010. — 243 с.	Путеводитель	Для гостей и жителей города
<i>2012 год</i>		
Рудский В. Г. Экскурсии в природу. Томск глазами фенолога / В. Г. Рудский. — Томск : Печатная мануфактура, 2012. — 43 [1] с. : ил.	Учебное наглядное пособие (в формате экскурсий)	«...Для воспитателей детских садов, педагогов дополнительного образования, учителей начальной школы, преподавателей естественно-научных дисциплин... <...> Книга будет полезна юным биологам, экологам, географам, всем кто заинтересован в сохранении природно-культурного наследия Сибири»
Пешком в историю : нескучная прогулка : [схема-путеводитель] / текст : В. Костин, П. Рачковский ; дизайн : О. Нечаева. — [Томск : б. и.], 2012.	Путеводитель	«...Для участников Томского этнофорума, 7–9 сентября 2012 г.»
Сергеева М. А. Программа экскурсий по болотам Томского района / [М. А. Сергеева, О. Н. Смирнов, М. А. Вершинин]. — Томск : Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2012. — 35 с. : ил.	Учебное пособие (в формате экскурсий)	«...Для научных сотрудников, аспирантов, студентов, специализирующихся на изучении болот»
Томск [Карты] : настенная карта города : список улиц, нумерация домов, удобный размер. — Томск : [Д-Принт], 2012.	Карта	Для гостей и жителей города
<i>2014 год</i>		
Изумрудный город Александра Волкова : путеводитель с подробностями : история, памятные места, интересные факты / Департ. по культуре и туризму Адм. Том. обл. — Томск : [СК-С], 2014. — 1 л.	Путеводитель, карта	Для гостей и жителей города
Путеводитель по Томской области. — Томск : Д-Принт, 2014. — 371 с.	Путеводитель	Для гостей и жителей города

Продолжение таблицы 1

<p>Томский областной художественный музей : путеводитель по залам и фондам / сост. : Т. А. Бычкова и др. — Томск : Изд. дом Д- Принт, 2014. — 147 с. : ил.</p>	<p>Путеводитель</p>	<p>«... На посетителей, которые хотят получить общее представление о музее, познакомиться с его историей, структурой постоянной экспозиции, ее размещением по залам и содержанием каждого зала, расположением залов временных выставок»</p>
<p>Томск детский : пьеса-экскурсия для детей и их родителей : в роли гида — Ежик. — Томск : [Изд-во Андрея Олеара (ООО «ИД СК-С»)], 2014. — 1 л.</p>	<p>Путеводитель (в формате экскурсии)</p>	<p>«... Для детей и их родителей»</p>
<p>Пешком по старому Томску : 120 минут приятной прогулки по красной линии : 20 коллекционных открыток : с картой маршрута : сам себе гид. — [Томск : Tommy Giftshop, 2014].</p>	<p>Карта, открытка</p>	<p>Для гостей и жителей города</p>
<p>Путешествие по улицам города : дайджест к 410-летию основания Томска / [Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина ; сост. З. В. Мельчикова ; отв. за вып. А. А. Коваленко]. — Томск: [б. и.], 2014. — 26 с.</p>	<p>Дайджест</p>	<p>Для гостей и жителей города</p>
<p>Современные памятники Томска : краеведческий дайджест. Вып. 3 / Муниципальная библиотека «Северная» ; [сост. В. Г. Белицина]. — Томск : [б. и.], 2014. — 30 с. : цв. ил.</p>	<p>Дайджест</p>	<p>«... Широкому кругу читателей»</p>
<p>2015 год</p>		
<p>Путеводитель по квестам города Томска [Карты]. — Томск : [б. и., 2015].</p>	<p>Карта</p>	<p>Для молодой аудитории, студентов, интересующихся игровыми квестами</p>
<p>Петр Иванович Макушин [Электронный ресурс] : лит. экскурсия по памятным местам / Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина, [Отд. Электрон. б-ки]. — (Томск : Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина), 2015.</p>	<p>Литературно-художественное издание (в формате экскурсии)</p>	<p>Для гостей и жителей города, интересующихся его историей</p>

Продолжение таблицы 1

Туристическая карта-схема города Томска = TheTouristMapoftheTomskcity / разраб. схему Татьяна Курохтина. — Томск : [б. и., 2015].	Карта-схема	Для туристов
Дмитриенко Н. М. Томск. Дорога к Победе : экскурс. маршрут / Н. М. Дмитриенко, П. Ю. Рачковский, В. С. Глухов ; [науч. ред. Э. И. Черняк]. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. — 75 [1] с. : ил.	Путеводитель (в формате экскурсии)	Для гостей и жителей города
<i>2016 год</i>		
Томский областной краеведческий музей. Путеводитель по фонду книжных памятников Томского областного краеведческого музея им. М. Б. Шатилова / сост. текста Т. П. Карташова ; ред. : В. А. Есипова, К. Н. Ширко. — [Томск : б. и., 2016]. — 44 с. : ил.	Путеводитель	Для всех интересующихся историей книжных памятников
<i>2017 год</i>		
Дмитриенко Н. М. В Томске в 1917 году : экскурсионный маршрут / Н. Дмитриенко, Э. Черняк ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. — Томск : Изд. Дом Том. гос. ун-та, 2017. — 181 [1] с.	Путеводитель	«Книга рассчитана на читателей, интересующихся историей родного города»
Рудский В. Г. Экологические экскурсии по Томску и Томской области : учеб. пособие / Валентин Рудский. — Томск : [б. и.], 2017. — 216 с. : ил.	Учебное пособие (в формате экскурсий)	«Книга предназначена для учащихся и преподавателей начальной и средней школы, воспитателей детских садов, педагогов дополнительного образования. <...> ...всем, кто заинтересован в сохранении природно-культурного наследия Сибири»
Информационные карты-схемы движения муниципальных маршрутов г. Томска. — [Томск : б. и., 2017]. — [24] с.	Карта-схема	Для томичей и гостей города
Томск туристический [Карты]. — Томск : Д-Принт, [2017].	Карта	Для гостей и жителей города
Карта Томской губернии : с показанием границ волостей, с.-х. районов, мед. пунктов, учреждений нарсвязи, жел.-дор. и водных путей. — [Томск : б. и., 2017].	Карта	Для исследователей и ученых-краеведов, а также всех интересующихся историей томска

Окончание таблицы 1

Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. — URL : http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-пешком/ (дата обращения: 03.02.2020).	Карта-схема	Для томичей и гостей города
Волшебный город. Путешествие на машине [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. — URL : http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-на-машине/ (дата обращения: 03.02.2020).	Карта-схема	Для томичей и гостей города
<i>2018 год</i>		
Томск : карта города [карта-схема]. — Томск : Д-Принт, 2018.	Карта-схема	Для гостей и жителей города
Томск исторический : карта-схема. — Томск : Д-Принт, 2018.	Карта-схема	Для гостей и жителей города

Исходя из данных таблицы, отражающей динамику развития различных видов путеводителей, выпускаемых в Томске за последние 10 лет, можно сделать ряд выводов. Во-первых, в 2010–2014 гг. преобладал собственно вид путеводителя (в 2014 г. отдельно выделился такой вид, как дайджест, т. е. издание, в котором представлена только ключевая информация, в сжатом виде). Однако, начиная с 2015 г., над количеством издаваемых путеводителей начинают преобладать карты и карты-схемы (особенно в 2017–2018 гг.). Данная тенденция указывает на упрощение издательского процесса в сфере краеведческого книгоиздания: очевидно, что для создания многостраничного иллюстрированного путеводителя необходимо большое количество ресурсов, трудовых и временных затрат, которыми, чаще всего, не располагают региональные издающие организации. Следовательно, более выгодным становится многотиражное издание карт и карт-схем (преимущественно на русском и иностранных языках).

Во-вторых, не в каждом издании четко определен читательский адрес. Исходя из данных таблицы, становится очевидным, что читательский адрес во многом зависит от концепции, задающей издающей организацией и указанного ею вида издания. Например, путеводители и карты издательства «Д-Принт», а также Туристского информационного центра Томска предназначены для туристов и жителей города («Томск. Иллюстрированный

путеводитель-дайджест»¹⁴, «Томск туристический»¹⁵, «Томск. Карта города»¹⁶ и др.). В то время как ведомственные издания, например, университетов, рассчитаны на более узкую читательскую аудиторию. Для примера можно привести такие издания, как: В. Г. Рудский «Экскурсии в природу. Томск глазами фенолога»¹⁷ (для воспитателей, педагогов, учителей; юных биологов, экологов, географов, всех кто заинтересован в сохранении природно-культурного наследия Сибири); М. А. Сергеева «Программа экскурсий по болотам Томского района»¹⁸ (для научных сотрудников, аспирантов, студентов, специализирующихся на изучении болот); Н. М. Дмитриенко «В Томске в 1917 году (экскурсионный маршрут)»¹⁹ (для читателей, интересующихся историей родного города) и т. д.

В-третьих, мало представлено примеров путеводителей по музеям, т. к. в основном публикуются каталоги (в печатной и электронной формах), содержащие перечень музейных экспонатов. Имеющиеся путеводители, изданные за последние 10 лет, также предназначены для более узкой читательской аудитории, что обусловлено ограничением пространства (по сравнению с территорией всего города) и тематикой музея. Например, издание «Томский областной художественный музей. Путеводитель по залам и фондам»²⁰ рассчитано «...на посетителей, которые хотят получить общее представление о музее, познакомиться с его историей, структурой постоянной экспозиции, ...расположением залов временных выставок»; путеводитель «Томский областной краеведческий музей. Путеводитель по фонду книжных памятников Томского областного краеведческого музея им. М. Б. Шатилова»²¹ предназначен «для всех интересующихся историей книжных памятников». Таким образом, становится очевидным, что в такого рода изданиях читательская аудитория перестает подразделяться на туристов и жителей Томска, т. к. акцент смещается на тематику музея и предпочтения его посетителей.

В-четвертых, заметен всплеск изданий путеводителей, связанных со сказкой «Волшебник Изумрудного города» писателя А. М. Волкова и с созданием в 2014 г. бренда «Томск — Изумрудный город» (в связи с открытием одноименного торгового центра)²²

¹⁴ Томск : иллюстрированный путеводитель-дайджест. Указ. соч.

¹⁵ Томск туристический [Карты]. Томск : Д-Принт, [2017].

¹⁶ Томск : карта города [карта-схема]. Томск : Д-Принт, 2018.

¹⁷ Рудский В. Г. Экскурсии в природу. Томск глазами фенолога / В. Г. Рудский. Томск : Печатная мануфактура, 2012. 43 [1] с. : ил.

¹⁸ Сергеева М. А. Программа экскурсий по болотам Томского района. Томск, 2012. 35 с. : ил.

¹⁹ Дмитриенко Н. М. В Томске в 1917 году : экскурсионный маршрут. Томск, 2017. 181 [1] с.

²⁰ Томский областной художественный музей : путеводитель по залам и фондам / сост.: Т. А. Бычкова и др. Томск : Издат. дом Д-Принт, 2014. 147 с. : ил.

²¹ Томский областной краеведческий музей. Путеводитель по фонду книжных памятников Томского обл. краевед. музея им. М. Б. Шатилова / сост. текста Т. П. Карташова ; ред. : В. А. Есипова, К. Н. Ширко. [Томск, 2016]. 44 с. : ил.

²² О ТРЦ [Электронный ресурс] // Изумрудный город. URL : <https://izumrudniy.tomsk.ru/about> (дата обращения: 21.03.2020).

и установкой памятника героям сказки А. М. Волкова). Так, совместно с Департаментом по культуре и туризму Администрации Томской Области за эти годы выходит ряд изданий: «Изумрудный город Александра Волкова. Путеводитель с подробностями: история, памятные места, интересные факты»²³ и альбом «По дороге в изумрудный город. Томские истории»²⁴ (2014 г.), а также карты-схемы от Туристского информационного центра для гостей и жителей города — «Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком»²⁵ и «Волшебный город. Путешествие на машине»²⁶ (2017 г.).

Наконец, заключительный вывод, который можно сделать из представленной таблицы, этот тот факт, что в томских путеводителях практически не представлены издания, ориентированные на детскую аудиторию. Единственным примером является изданный в 2014 г. путеводитель-экскурсия «Томск детский. Пьеса-экскурсия для детей и их родителей (в роли гида — Ежик)»²⁷ (Изд-во Андрея Олеара). Таким образом, становится очевидным, что данный сегмент издательского рынка Томска мало изучен и не разработан по причине малой заинтересованности в информационно-развлекательных изданиях для детей, в частности, путеводителей издающими организациями города. Безусловно, такая ситуация складывается из-за недостаточной изученности специфики детской целевой аудитории, а также трудоемкости подготовки путеводителей для данного читателя (специфика создания путеводителей для детей младшего школьного возраста, а также психологические особенности данного читателя будут рассмотрены далее). Однако, несмотря на трудоемкость производства детских путеводителей, издающие организации должны учитывать следующие введенные указы и постановления: Указ Президента РФ «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства»²⁸ на 2018–2027 гг.; объявление Министерством просвещения РФ «Года детского туризма» в России на 2018–2019 гг.²⁹. В связи с данными указами, издающие организации столиц и регионов России должны активизировать процесс производства детских путеводителей. Именно эта задача будет реализована (совместно с Туристским информационным центром Томска) в итоге нашего научного исследования и представления оригинал-макета издания.

²³ Изумрудный город Александра Волкова : путеводитель с подробностями : история, памятные места, интересные факты / Департ. по культуре и туризму Адм. Том. обл. Томск, 2014. — 1 л.

²⁴ По дороге в изумрудный город : Томские истории [альбом]. Томск, 2014. 172 с. : цв. ил.

²⁵ Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. URL : <http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-пешком/> (дата обращения: 03.02.2020).

²⁶ Волшебный город. Путешествие на машине [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. URL : <http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-на-машине/> (дата обращения: 03.02.2020).

²⁷ Томск детский : пьеса-экскурсия для детей и их родителей : в роли гида — Ежик. Томск, 2014. — 1 л.

²⁸ Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства : указ Президента Рос. Федерации от 29 мая 2017 г. № 240 [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. URL : <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102433739> (дата обращения: 21.03.2020).

²⁹ 2019 — год детского туризма в России [Электронный ресурс] // Туристский информ. центр Томска. URL : <http://tic-tomsk.ru/новости/2019-год-детского-туризма-в-россии/> (дата обращения: 21.03.2020).

Таким образом, мы проследили историю формирования вида путеводителя на современном этапе развития книгоиздательского рынка Томска (за последние 10 лет) и выявили основные тенденции и трансформации данного вида:

- появление путеводителей-дайджестов,
- отход от традиционного формата путеводителя к упрощенной форме карт-схем,
- продвижение вида путеводителя в аспекте бренда «Томск — Изумрудный город»,
- практически полное отсутствие данного вида издания для детей.

Однако в последние годы начинают появляться и активно внедряться в пользование новые форматы путеводителей, преимущественно электронные, о чем будет подробно рассказано во второй главе данной работы.

После краткого обзора исторического развития вида путеводителя необходимо рассмотреть своеобразие краеведческих информационно-развлекательных изданий Томска, к которым, непосредственно, относится и путеводитель.

1.2. Свообразие краеведческих информационно-развлекательных изданий (в контексте книжной продукции Томска)

Отталкиваясь от освещенных выше видов изданий, сформировавших настоящий вид путеводителя, можно говорить о своеобразии краеведческих изданий Томска, или точнее о специфике региональных краеведческих изданий. В первую очередь стоит разграничить особенности регионального и столичного книгоиздания. Так, исследователь И. Ф. Павлова рассматривает несколько определяющих факторов их разграничения и говорит о влиянии национально-культурных, экономических и образовательных условий региона на тематическую и видотипологическую структуру регионального книгоиздания. Также в статье подчеркивается факт того, что «основная часть региональной литературы — это историко-краеведческие издания, социально-значимая литература, особенно на национальных языках, выпускаемая за счёт государственной поддержки, различных грантов, спонсоров, международных, федеральных и региональных целевых программ»³⁰.

Таким образом, одним из главных отличий региональной краеведческой литературы становится **местная проблематика и местный колорит (бренд)**. В доказательство этому приведем ключевые примеры. Основной проблемой города Томска, решением которой занимается как администрация, так и частные некоммерческие организации, — это проблема сохранения деревянного зодчества и памятников деревянной культуры. Например,

³⁰ Павлова И. Ф. Факторы развития регионального книгоиздания // Вестн. Удмурд. ун-та, 2015. 25 (6). С. 129.

в настоящее время активно проводятся акции «Аренда за рубль», а также мероприятия со стороны Туристского информационного центра Томска по восстановлению деревянных домов в районе Татарской слободы. Говоря о местном колорите, главным примером выступает бренд «Томск — Изумрудный город», активно продвигаемый Туристским информационным центром путем проведения экскурсий, раздачи печатной продукции и пиара бренда в социальных сетях. Таким образом, местная проблематика и местный колорит (бренд) являются ключевыми темами в томской краеведческой литературе, выражающими ее специфику.

Кроме обозначенных отличий, в сравнении со столичным, региональное краеведческое книгоиздание имеет другие **специфические черты**. Во-первых, это особые способы и источники финансирования: а) по инициативе автора (зачастую любителя); б) заказной проект; в) проект администрации города; г) ведомственное университетское издание и т. д. Во-вторых, формирование краеведческой книжной продукции не системно, но больше связано со знаковыми датами, событиями города или организации. В-третьих, его отличает иной способ производства, зачастую исключаящий редакционно-издательский процесс, т. к. нередко они попадают напрямую в типографии (в связи с чем многие издания печатаются с неполным объемом выпускных данных, т. е. без указания издательства и с явно недостаточной редакционно-издательской подготовкой). В-четвертых, очевидна малотиражность региональных краеведческих изданий, причина которой вытекает из предыдущих пунктов (т. е. могут быть ограниченные финансы, ограниченный читательский адрес, долгосрочный процесс производства и печати и т. д.). В-пятых, инициатива по созданию современных форматов краеведческих изданий, в частности, путеводителей, на сегодняшний день идет в основном «снизу», от потребителя, в пространстве неформальных СМИ. И, наконец, особая специфическая черта региональной краеведческой литературы — иные способы распространения изданий по сравнению с книжной продукцией, формирующейся в столичных издательствах, а также в целом с изданиями не краеведческой тематики. Пути книгораспространения могут представлять собой музеи, учебные заведения, библиотеки, частные книжные магазины, различные городские экскурсионные центры и т. д.

Подробнее рассмотрим проблему продвижения и продажи краеведческих изданий, которая исследуется в статье Л. И. Новиковой и Е. И. Трубиной «Краеведческие периодические издания Российской Федерации на рубеже веков: пути и особенности развития»³¹. Исследователи ставят следующий вопрос: «Кто же берется в наши дни за нелегкое дело издания краеведческого журнала, альманаха, сборника?» Далее авторы дают

³¹ Новикова Л. И., Трубина Е. И. Краеведческие периодические издания Российской Федерации на рубеже веков : пути и особенности развития // Библиосфера. 2011. № 2. С. 59–66.

ответ: «...большинство периодических краеведческих изданий (25,7 %) выходит при непосредственном участии администрации района, области или края. Чаще всего она выступает партнером музеев и вузов. Иногда администрация является единственным учредителем журнала. В равных количествах (24 и 23 %), продолжая сложившуюся в советские времена традицию, краеведческие периодические издания выпускают музеи и вузы. Помимо городской администрации, вузы и научные центры часто сотрудничают с библиотеками: „Алтайский сборник” (Барнаул), „История и культура Приамурья” (Хабаровск) и „Сибирская старина” (Томск). <...> Краеведческие общества и различные фонды изучения края издают 11 % журналов. Они часто сотрудничают с государственными учреждениями, чаще всего администрацией города или края.

Издания, учредителями которых выступают частные лица, занимают 10 % от общего количества. Финансируются они, как правило, из средств учредителя и спонсоров. Иногда журналы привлекают средства рекламодателей»³².

Кроме того, исследователи на примере музейного издания «Ежегодника Тюменского областного краеведческого музея», выходявшего с 1960-х гг., представляют технологию превращения его в современный популярный вид, а именно в краеведческий ежегодник «Земля Тюменская», что является интересным в рамках данного исследования по трансформации вида путеводителя. Также авторы статьи выявляют причины низких продаж ежегодника, которые можно проецировать на краеведческие издания в целом: невзрачный внешний вид изданий, непривлекательные названия, высокая цена, отсутствие связи с книготорговыми сетями и другими каналами связи с потребителями, малый объем информирования и рекламы данных изданий и т. д. Помимо этого, авторы статьи выявляют потенциальных потребителей региональных краеведческих изданий — это краеведческие организации, гостиницы, учебные заведения, а также каналы реализации — филиалы музея, книготорговая сеть, прямые продажи. Также важным представляется то, что «в результате опроса, проведенного сотрудниками редакции среди продавцов книжных магазинов, выяснилось, что краеведческая литература пользуется большим спросом, если она грамотно представлена для потребителя»³³.

Таким образом, удалось в целом обозначить специфику регионального краеведческого книгоиздания (на примере г. Томска), за счет особенностей которой формируются иные виды и форматы изданий. Однако в данном исследовании необходимо рассмотреть более узкий пласт краеведческих изданий, а именно информационно-развлекательный вид изданий Томска (в частности, путеводитель для детей).

³² Новикова Л. И., Трубина Е. И. Указ. соч. С. 61.

³³ Там же. С. 63–64.

В первую очередь следует проанализировать сам вид информационно-развлекательных изданий. В официальных ГОСТах и словарях отсутствует данный термин, относящийся непосредственно к книжным изданиям, однако присутствуют примеры активного использования определения «информационно-развлекательный» по отношению к журналам, интернет-изданиям и различным платформам. Поэтому необходимо вывести термин из соответствующих его частей — «информационное издание» и «развлекательное издание».

По ГОСТ Р 7.0.60–2019³⁴ среди видов изданий по целевому назначению выделяются следующие интересующие нас виды. Во-первых, это *информационное издание* — «...издание, содержащее систематизированные сведения о документах (опубликованных, неопубликованных, непубликуемых) либо результат анализа и обобщения сведений, представленных в первоисточниках, выпускаемое организацией, осуществляющей научно-информационную деятельность»³⁵. Из данного определения следует, что в информационном издании должна быть представлена информация официального характера, изложенная в систематизированном виде. Примерами таких изданий могут быть:

- 1) Лауреаты литературных премий : библиогр. сб.-путеводит. / Том. обл. дет.-юнош. б-ка ; [сост. Е. Г. Еремеева ; ред. : Л. Г. Духанина, Л. Д. Корешкова ; отв. за вып. В. П. Разумнова]. — Томск : [Том. обл. дет.-юнош. б-ка], 2016. — 165 с.;
- 2) Томск от А до Я : краткая энциклопедия города / под ред. Н. М. Дмитриенко. — Томск : Изд-во НТЛ, 2004. — 440 с. : ил.

Во-вторых, нам необходимо рассмотреть определение *развлекательного издания*. Однако в известных нам ГОСТах отсутствует данный термин. В связи с этим были изучены иные источники в сети Интернет и найдено следующее определение: «*развлекательной литературой* можно назвать литературные произведения (или документы), ставящие целью: предоставить общедоступные сведения по разным вопросам; способствовать интересному и полезному отдыху, проведению досуга в игровой форме; вызвать положительные эмоции. ...В типологических схемах (классификациях) этот тип литературы уже присутствует, иногда под другим названием: документы или издания для досуга, досуговая литература»³⁶. Таким образом, развлекательный вид издания идентифицируется с *изданием для досуга*. По ГОСТу, это «...издание, содержащее общедоступные сведения по организации быта, разнообразным формам самодеятельного творчества, различным видам увлечений»³⁷.

³⁴ ГОСТ Р 7.0.60–2019. Издания. Основные виды. Термины и определения. Первая редакция (проект). М., 2019. 46 с.

³⁵ Там же. С. 14.

³⁶ Жанры развлекательной литературы [Электронный ресурс] // Студопедия. URL : https://studopedia.ru/16_37805_zhanri-razvlekatelnoy-literaturi.html (дата обращения: 13.03.2020).

³⁷ ГОСТ Р 7.0.60-2019. Указ. соч. С. 15.

Обозначим несколько примеров краеведческих досуговых изданий Томска:

- 1) Пешком по старому Томску : 120 минут приятной прогулки по красной линии : 20 коллекционных открыток : с картой маршрута : сам себе гид. — [Томск : Tommy Giftshop, 2014];
- 2) Путеводитель по квестам города Томска [Карты]. — Томск : [б. и., 2015].;
- 3) Достопримечательности города Томска : сувенирные игральные карты : 36 листов. — [Томск : б. и., 2013].

Помимо выделенных видов изданий по целевому назначению, информационного и развлекательного (досугового) характера, необходимо рассмотреть вид рекламного издания, которое тесно связано с видом путеводителя, а также нацелено на реализацию ключевых аспектов специфики регионального книгоиздания — привлечение внимания к местному бренду и проблематике города. Так, по ГОСТу, *рекламное издание* — «...издание, содержащее изложенные в привлекающей внимание форме сведения об изделиях, услугах, мероприятиях с целью создания спроса на них»³⁸. Примерами таких краеведческих изданий Томска могут выступать следующие:

- 1) Путешествие по улицам города : дайджест к 410-летию основания Томска / [Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина ; сост. З. В. Мельчикова; отв. за вып. А. А. Коваленко]. — Томск: [б. и.], 2014. — 26 с.;
- 2) Изумрудный город Александра Волкова : путеводитель с подробностями : история, памятные места, интересные факты / Департ. по культуре и туризму Адм. Том. обл. — Томск : [СК-С], 2014. — 1 л.;
- 3) По дороге в изумрудный город : Томские истории [альбом]. — Томск : ИД СК-С, 2014. — 172 с. : цв. ил.;
- 4) Атмосфера Томска = TheAtmosphereofTomsk : [фотоальбом / проект медиахолдинга «Рекламный Дайджест»]. — [Томск : Grandprint, 2015]. — 311 с. : ил.

К перечисленным примерам можно также отнести многочисленные брошюры с информацией о городе или каких-либо организациях, мероприятиях и т. д., изобразительные открытки, игральные сувенирные карты, календари с видами Томска, которые являются подвидами рекламного вида издания, чьей целью выступает привлечение туристов и жителей города к местной проблематике и местному колориту, а также к продаже соответствующих товаров и услуг (например, заказ экскурсии или покупка сувениров). Так, исследователь О. А. Хайретдинова выделяет следующие преимущества создания информационно-рекламных систем (печатных изданий, виртуальных ресурсов, наружных информационных

³⁸ ГОСТ Р 7.0.60-2019. Указ. соч. С. 14.

носителей и др.) туристического региона: «...развитие бренда и создание узнаваемого образа территории в удаленном доступе; обеспечение доступности, дружелюбности среды обитания и комфортной жизнедеятельности туристов в период путешествия; стимулирование вторичного туристского спроса на дополнительные товары и услуги в период путешествия; распространение информации об уникальности историко-культурного наследия территории за пределы региона...»³⁹ и т. д.

Исходя из указанных определений информационного, развлекательного (досугового) и рекламного изданий, а также соответствующих примеров путеводителей Томска и пояснений к ним, можно сделать вывод о том, что такой вид издания как путеводитель, безусловно, относится к виду информационно-развлекательного издания. Во-первых, в нем реализуются следующие функции: информационная (в систематизированном виде излагаются сведения о чем-либо), познавательная (происходит получение новых знаний, открытие интересных фактов и т. д.), гедонистическая (размещается информация, способствующая интересному времяпрепровождению, проведению досуга), а также рекламная (сообщается о различных мероприятиях, организациях, достопримечательностях и т. д.) и некоторые другие, присущие книгам в целом. Во-вторых, путеводитель как таковой является основным видом региональных краеведческих изданий, т. к. способен отразить местную проблематику и бренд региона, а также донести необходимые сведения до читателя (как местного жителя, так и туриста) в информационно-развлекательном виде.

1.3. Специфика читательской аудитории путеводителя как вида многофункционального издания

Такой вид издания как путеводитель предполагает связь со многими науками и дисциплинами в связи информацией, помещаемой в издание. Эта информация может быть как текстовой, т. к. имеет значение содержательная составляющая текста путеводителя, так и разного рода графической: иллюстративные изображения (фотографии, рисунки, чертежи, планы), различные карты, информация в табличном виде (схемы, графики, таблицы статистических данных). В зависимости от объема той или иной информации, а также от ее содержательного наполнения формируется читательский адрес издания. Потенциально такой вид издания как путеводитель рассчитан на широкую читательскую аудиторию, однако преобладание какой-либо функции (или дисциплины) ведет к сужению круга читателей: например, на подготовленных и неподготовленных, туристов и жителей данного города,

³⁹ Хайретдинова О. А. Практический аспект разработки комплексной туристской информационной системы // Социально-экономическое развитие. 2016. № 3 (17). С. 122.

взрослых и детей разного возраста и т. д. Поэтому в первую очередь необходимо обозначить, какие дисциплины и функции взаимодействуют в путеводителе, и в зависимости от выявленных дисциплин определить образ читателя.

Первоначально путеводитель как вид издания следует рассмотреть в контексте дисциплины **книговедение**. Его содержательная часть (текстовый и иллюстративный материал) может быть совершенно разного вида, например: а) текст об истории города или края (от становления до сегодняшнего дня) с перечислением и кратким описанием организаций и учреждений; б) иллюстрированный альбом с видами и достопримечательностями города с минимальным текстовым наполнением; в) экскурсионный маршрут, который обязательно сопровождается картой города или его части, а также подкреплен текстом — своеобразным повествованием экскурсовода, «рассказывающего» об особенностях города; г) краткий обзор знаковых мест и событий города в настоящий момент (текущую неделю, месяц, год): описание проходящих выставок, театральных премьер, ярмарок, концертов и т. д.

Но, рассматривая путеводитель как вид издания с книговедческой точки зрения, мы не можем не обратиться к таким смежным дисциплинам, как краеведение (затрагивающее содержательную часть путеводителя — историю города), туризм (связанный как с формой, так и с содержанием путеводителя — картографические изображения, сопровождающиеся повествованием экскурсовода) и реклама, как одно из направлений маркетинга (выраженная как в текстовом, так и в иллюстративном рекламировании объекта). Поэтому в нашем исследовании необходимо учитывать тесную связь перечисленных дисциплин и, следовательно, ставить вопрос о междисциплинарной специфике при создании путеводителя, а также о его многофункциональности.

В данном исследовании следует обозначить, что, говоря о **многофункциональности** такого вида издания, как путеводитель, мы имеем в виду связь нескольких дисциплин в формате одного издания, что предполагает междисциплинарный подход в нашем исследовании. В нем всегда присутствуют «ведущая» и «ведомая» дисциплины. В нашем случае ведущей выступает наука книговедение с выделяемым в ней видом путеводителя, а ведомыми — краеведение, туризм и реклама. Таким образом, в путеводителе пересекаются и взаимодействуют такие функции, как информационная (например, в форме повествования об истории города), коммуникативная (в форме повествования от лица экскурсовода по определенному маршруту), направляющая (в виде описания маршрута или карты города), рекламирующая (например, реклама бренда города «Томск — Изумрудный город»), а также досуговая (например, в форме иллюстративного материала, дополнительных вопросов, кроссвордов и иных форм времяпрепровождения).

Рассмотрим подробнее связь нашего вида издания с обозначенными смежными дисциплинами. Прежде всего, прослеживается взаимодействие книговедения и **краеведения**. В таком виде издания как путеводитель неотъемлемой частью является описание города или края. Это может быть информация: а) об истории, расположенной в хронологическом порядке по этапам развития города; б) о топонимике, т. е. о происхождении названий города, улиц, рек и т. д.; в) о геологии (и связанных с ней науках), т. е. об особенностях рельефа, почвы и других естественных характеристиках; г) справочного характера: например, о существующих в настоящий момент организациях и учреждениях в городе (название, директор, адрес, телефон) и др.

Помимо указанной информации, неотъемлемой составляющей как в целом краеведческих изданий, так и конкретно путеводителей является карта. Также в обоих случаях могут присутствовать изображения в виде фотографий улиц, домов, памятников и других значимых объектов города.

Примерами путеводителей как изданий с преобладающей краеведческой тематикой могут быть следующие:

- 1) Современные памятники Томска : краеведческий дайджест. Вып. 3 / Муниципальная библиотека «Северная»; [сост. Белицина В. Г.]. — Томск : [б. и.], 2014. — 30 с. : цв. ил.;
- 2) Дмитриенко Н. М. В Томске в 1917 году : экскурсионный маршрут / Н. Дмитриенко, Э. Черняк ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. — Томск : Изд. Дом Том. гос. ун-та, 2017. — 181 [1] с.;
- 3) Карта Томской губернии : с показанием границ волостей, с.-х. районов, мед. пунктов, учреждений нарсвязи, жел.-дор. и водных путей. — [Томск : б. и., 2017]. — 1 к., пластик : цв. ; 70x55 см. (Копия карты 1923 г.).

Отдельно стоит отметить целевую аудиторию данных изданий. В основном, читателями данной краеведческой литературы выступают ученые-краеведы, исследователи смежных дисциплин, а также все интересующиеся историей и географией Томска и Томской области. Например, в издании Н. М. Дмитриенко «В Томске в 1917 году»⁴⁰ обозначен следующий читательский адрес: «Книга рассчитана на читателей, интересующихся историей родного города». Таким образом, выделяется более узкая целевая аудитория изданий с преобладающей краеведческой тематикой, однако могут встречаться примеры, нацеленные

⁴⁰ Дмитриенко Н. М. Указ. соч.

на широкую аудиторию (например, на туристов и жителей города), как в дайджесте «Современные памятники Томска»⁴¹.

Кроме взаимодействия обозначенных выше дисциплин, книговедения и краеведения, имеются признаки связи путеводителя со сферой **туризма**, т. к. жанр путеводителя является неотъемлемой частью туристического аспекта. Так, исследователь Н. В. Филатова в своей статье анализирует пространство туристического дискурса и выделяет ключевые жанры, такие как экскурсия, видеопутеводитель, аудиогид; путеводитель, туристический проспект, каталог, статья, брошюра, листовка; виртуальная экскурсия, веб-страница туристического бюро⁴². Среди всего этого обилия жанров важнейшим, и, пожалуй, самым сложным является путеводитель. Автор дает следующее определение, подтверждающее многофункциональность выбранного вида издания: «Путеводитель — важнейший источник информации о природных, экономических и культурно-бытовых особенностях страны, визитная карточка народа, обеспечивающая связь между представителями разных стран в культурном пространстве. ...Все многообразие путеводителей... можно разделить на два основных типа: с одной стороны, рекламно-справочные и справочно-рекламные издания, представленные проспектами, буклетами и брошюрами...; и авторские путеводители, представляющие собой информационно-рекламные и справочно-энциклопедические издания, — с другой...»⁴³.

Сложность жанра путеводителя заключается как в разнообразии воплощения текста, так и в особенностях структурной организации издания. Наиболее распространенные типы композиции путеводителей в контексте туристического дискурса — логическая (последовательное представление важных сегментов текста с фактологическими данными), центробежная (воспроизведение структуры городского ландшафта), маршрутообразующая (вербализация экскурсии в тексте), ступенчатая (освоение знаний об объекте путем постепенного наращивания объема важной информации о нем)⁴⁴. Приведем примеры на каждый из выделенных исследователем типов композиции путеводителя:

- *логическая*: Томск от А до Я : краткая энциклопедия города / под ред. Н. М. Дмитриенко. — Томск : Изд-во НТЛ, 2004. — 440 с. : ил.;
- *центробежная*: Карта Томской губернии : с показанием границ волостей, с.-х. районов, мед. пунктов, учреждений нарсвязи, жел.-дор. и водных путей. — [Томск : б. и., 2017];

⁴¹ Современные памятники Томска : краеведческий дайджест. Вып. 3 / Муницип. б-ка «Северная» ; [сост. Белицина В. Г.]. Томск, 2014. 30 с. : цв. ил.

⁴² Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса // Вестн. МГГУ им. М. А. Шолохова. 2012. № 2. С. 78–79.

⁴³ Там же. С. 79.

⁴⁴ Там же. С. 80.

- *маршрутообразующая*: Петр Иванович Макушин [Электронный ресурс] : лит. экскурсия по памятным местам / Том. обл. универс. науч. б-ка им. А.С. Пушкина, [Отд. Электрон. б-ки]. — (Томск : Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина), 2015;
- *ступенчатая*: Изумрудный город Александра Волкова : путеводитель с подробностями : история, памятные места, интересные факты / Департ. по культуре и туризму Адм. Том. обл. — Томск : [СК-С], 2014. — 1 л.

Продолжая разговор о связи книговедения и туристического аспекта в издании, необходимо также рассмотреть **экскурсионный и музейный контекст**. В этом случае путеводитель сужает свое содержание от целого города до конкретного музея — читателю предлагается экскурсионный маршрут по залам музея и выставленным экспонатам. Обозначим несколько примеров:

- 1) Томский областной художественный музей : путеводитель по залам и фондам / сост.: Т. А. Бычкова и др. — Томск : Изд. дом Д-Принт, 2014. — 147 с. : ил.;
- 2) Томский областной краеведческий музей. Путеводитель по фонду книжных памятников Томского областного краеведческого музея им. М. Б. Шатилова / сост. текста Т. П. Карташова ; ред. : В. А. Есипова, К. Н. Ширко. — [Томск : б. и., 2016]. — 44 с. : ил.

Данные путеводители предназначены для достаточно широкой целевой аудитории, т. е. как для туристов, так и жителей города, интересующихся его историей, а также экспозициями музея и их расположением. Помимо широкого круга читателей, интересующихся культурой в разных проявлениях, через музейную и в целом туристическую сферу привлекается новая, потенциальная читательская аудитория путеводителей — дети младшего школьного возраста.

В настоящее время в музеи столиц и регионов активно вовлекается детская аудитория. В связи с этим развивается такое направление, как *музейная педагогика* — «междисциплинарная область научного знания, которая занимается исследованием целей и задач, принципов, содержания, методов, форм реализации образовательной деятельности музеев, ориентированной на передачу культурного опыта»⁴⁵. В большинстве своем именно в контексте развития музеев и начали обновляться детские путеводители. Это доказывают исследователи Ю. В. Ветошкина и К. Н. Мохова: «Одним из инструментов, обеспечивающих качественный диалог музея с посетителями, призван стать путеводитель нового типа — путеводитель игровой или интерактивный. Рассчитан такой путеводитель в первую очередь

⁴⁵ Троянская С. Л. Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности : учебное пособие. Ижевск, 2007. С. 12.

на детско-юношескую публику, но косвенно, безусловно, нацелен и на взрослых, которые включаются в практику нового времяпрепровождения вместе со своими детьми»⁴⁶. Авторы статьи также отмечают наличие игровых заданий и вопросов, целью которых является привлечение внимания посетителей к объектам музея.

Ключевым примером здесь выступает следующее издание: Томск детский : пьеса-экскурсия для детей и их родителей : в роли гида — Ежик. — Томск : [Изд-во Андрея Олеара (ООО «ИД СК-С»)], 2014. — 1 л.

Еще одним примером взаимодействия дисциплин, образующих известный вид путеводителя, является взаимосвязь книговедения с одним из направлений маркетинга — **рекламой**. В таких видах изданий как путеводители, помимо стандартной рекламы товаров и услуг, часто встречаются различные маркетинговые стратегии по продвижению бренда самого города. Так, исследователи Ю. Н. Драчева и А. Б. Крылова пишут, что «в современном путеводителе, отличающемся размытостью границ между информацией справочной и рекламной, все чаще используются готовые брендированные представления, искусственно концентрирующие образы и символы, отождествляемые с регионом. <...> ...Слоганы брендов, часто используемые как заголовки в текстах туристического дискурса, подчиняют содержание путеводителей рекламной стратегии и переводят внимание читателей с историко-культурного своеобразия региона на его современное восприятие сквозь призму массовой коммуникации и широко распространенных стереотипов»⁴⁷. Именно эти обозначенные в цитате черты отражают специфику современных краеведческих изданий, направленных на продвижение бренда «Томск — Изумрудный город». Примеры:

- 1) Изумрудный город Александра Волкова : путеводитель с подробностями : история, памятные места, интересные факты / Департ. по культуре и туризму Адм. Том. обл. — Томск : [СК-С], 2014. — 1 л.;
- 2) По дороге в изумрудный город : Томские истории [альбом]. — Томск : ИД СК-С, 2014. — 172 с. : цв. ил.;
- 3) Велопутешествие по Изумрудному Томску : аудио-гид : мобильное приложение [Электронный ресурс] // izi.Travel. — Томск : Турист. инф. центр, 2017;
- 4) Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. — URL : <http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-пешком/> (дата обращения: 03.02.2020).

⁴⁶ Ветошкина Ю. В., Мохова К. Н. Игровой путеводитель как новый инструмент в музейной практике (на примере г. Перми) // Сервис plus : науч. журнал. 2018. Т. 12. № 2. С. 130.

⁴⁷ Драчева Ю. Н., Крылова А. Б. Репрезентация элементов брендов Вологодской области в путеводителях // Вестн. Череповец. гос. ун-та. 2015. № 4. С. 79.

Обозначенные выше дисциплины и их взаимосвязь с книговедением, конкретно в таком виде издания, как путеводитель, свидетельствуют также об их взаимодополнении и, таким образом, более эффективной реализации функций издания. Этот вывод подтверждается словами исследователя Н. В. Филатовой, которая в своей диссертации рассматривает отражаемые в путеводителях как рекламные, так и туристические черты. Так, «из рекламных черт жанр путеводителя унаследовал креолизованность — обязательное наличие иллюстративных материалов, как поясняющих текстовый ряд, так и дополняющих содержание текста, поскольку на фотографиях и иллюстрациях, как правило, запечатлевают исключительные виды описываемого пункта. Креолизация текста путеводителя способствует реализации главной стратегии туристического дискурса — формированию высокой положительной оценки предлагаемого туристического продукта»⁴⁸. Следовательно, тесная взаимосвязь рекламного и туристического аспектов в контексте какого-либо издания способствует более эффективному достижению целей как самого издания, так и всех участвующих в производственном процессе субъектов. При взаимосвязи всех перечисленных дисциплин (книговедения, краеведения, туризма и рекламы) в данном виде издания формируются новые современные форматы путеводителей.

Таким образом, описанная выше специфика многофункциональности (или взаимодействия нескольких дисциплин в исследуемом жанре) путеводителя может вести к созданию **гибридного издания (как по содержанию, так и по форме)**, о котором пойдет речь во второй главе исследовательской работы.

⁴⁸ Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. С. 7.

Глава 2. Типовидовая классификация путеводителя как информационно-развлекательного издания

2.1. Трансформация вида путеводителя как краеведческого издания (в контексте книжной продукции Томска)

В первой главе данного исследования уже была рассмотрена история формирования вида путеводителя г. Томска, а также были обозначены примеры современных изданий с определением их читательского адреса. Однако теперь следует обозначить типовидовую характеристику исследуемого вида издания, а также пути трансформации вида путеводителя как краеведческого издания.

При определении типовидовой характеристики необходимо учитывать, что зачастую в издании может быть обозначен один вид, а по цели оно может представлять собой другой, как это происходит и с путеводителями. Примером может служить выпуск альбомов с иллюстрациями или фотографиями видов г. Томска, при просмотре которых создается визуальный маршрут-путешествие читателя по городу (также изображения могут быть подкреплены названием улиц, адресом, комментариями автора об иллюстрации и т. д.). Поэтому в данном разделе следует, во-первых, обозначить все существующие виды и форматы традиционных печатных и электронных изданий, тесно связанных с видом путеводителя и преследующих те же цели; во-вторых, выявить новые форматы в современных примерах путеводителей и охарактеризовать их особенности, таким образом проследив трансформацию вида.

2.1.1. Традиционные печатные форматы путеводителей

Первоначально следует ввести определения существующих традиционных видов и форматов печатных и электронных изданий, закрепленных в различных государственных стандартах, исходя из того, что путеводитель обладает междисциплинарной спецификой, т. е. содержит в себе информацию различной направленности. Опираясь на первую редакцию ГОСТ Р 7.0.60–2019 «Издания. Основные виды. Термины и определения»⁴⁹, путеводители можно классифицировать по приведенным ниже основаниям (для наглядности текст определения вида издания и его иллюстрация примером книжной продукции Томска будут помещены в таблицах).

В первую очередь рассмотрим виды изданий **по знаковой природе информации** (таблица 2), т. к. сам по себе формат путеводителя предполагает наличие всех видов информации: текстовой, иллюстративной, картографической, а также их комбинации.

⁴⁹ ГОСТ Р 7.0.60–2019. Указ. соч.

Таблица 2 — Виды изданий г. Томска по знаковой природе информации

№	Вид издания	Определение	Пример
1	<i>Текстовое</i>	Основную часть книги занимает текст (например, дореволюционные или исторические путеводители)	Залесов В. Г. Архитектура деревянных доходных домов Томска (конец XIX — начало XX в.) : монография / В. Г. Залесов, И. В. Куликова. — Томск : Изд-во Том. гос. архит.-строит. ун-та, 2016. — 420 с.
2	<i>Изоиздание</i>	Большую часть объема книги занимают иллюстрации (например, альбомы о памятниках или архитектуре города, или же путеводитель, вся информация в котором подкреплена иллюстрациями)	Земля Сибирская : Томская область : [фотоальбом / авт.-сост. Т. А. Калёнова]. — [М. : Техника молодежи, 2015 (Новосибирск : Тип. ООО ДЕАЛ)]. — 245 [6] с. : ил.
2.1	<i>Альбом (художественный или фотоальбом)</i>	Издания с фотоизображениями или оригинальными (авторскими) графическими работами с видами города, памятниками, достопримечательностями и т. д.	Атмосфера Томска = TheAtmosphereofTomsk : [фотоальбом / проект медиа-холдинга «Рекламный Дайджест» ; коорд. проекта Анна Иванова ; авт. текстов и стихов В. Крюков]. — [Томск : GrandPrint, 2015]. — 311 с. : цв. ил., фото ; 15 см.).
2.2	<i>Изобразительная открытка</i>	Издание с изображениями видов или знаковых мест города	Томск : набор сувенирных открыток / [фото В. Сумцова]. — Томск : Том.Сувенир, [2015]. — 1 обл. (15 отд. л.) : цв. ил. ; 10x20 см.).
2.3	<i>Игральные карты</i>	Издания с фотографиями или графическими иллюстрациями достопримечательностей города (данный вид не входит в официальную классификацию, однако часто встречается среди краеведческой печатной продукции)	Достопримечательности города Томска : сувенирные игральные карты : 36 листов. — [Томск : б. и., 2013]. — 1 обл. (36 отд. л.) : цв. ил.).
3	<i>Картографическое</i>	Основное место занимает карта (экскурсионные маршруты, путеводители с картой и описанием достопримечательностей, или только карта города)	Томск туристический [Карты]. — Томск : Д'Принт, [2017]. — 1 к. : цв.

Окончание таблицы 2

3.1	Карта-схема	Карта в упрощенном, схематичном виде изображения	Туристическая карта-схема города Томска = TheTouristMapoftheTomskcity / разраб. схему Татьяна Курохтина. — Томск : [б. и., 2015]. — 1 л. (слож. в 4) : цв.
4	Комбинированное (или гибридное)	«...элементы основной информации различной природы существуют взаимосвязано» ⁵⁰	Томская область : ил. путеводитель-дайджест. — [Томск : Д'Принт, 2014]. — 371 с. : ил.

Отдельно стоит рассмотреть **виды справочных и рекламных изданий**, которые включают в себя многие элементы вида *путеводителя* — «справочник, содержащий сведения о каком-либо географическом пункте или культурно-просветительном учреждении (мероприятии), расположенные в порядке, удобном для следования или осмотра»⁵¹. Определение видов и примеры изданий даны в *таблице 3*.

Таблица 3 — Виды справочных и рекламных изданий г. Томска

Вид издания	Определение	Пример
Справочник	Специализированное издание с определенной структурированной информацией	Учебные заведения Томска : карман. справ. абитуриента. — Томск : Губерния, 2015. — 86 с. : ил.
Биобиблиографический справочник/словарь	Справочник, содержащий биографические сведения о каких-либо лицах, списки их трудов и литературы, освещающей их жизнь и деятельность	Лауреаты литературных премий : библиогр. сб.-путеводит. / Том. обл. дет.-юнош. б-ка ; [сост. Е. Г. Еремеева ; ред. : Л. Г. Духанина, Л. Д. Корешкова ; отв. за вып. В. П. Разумнова]. — Томск : [Том. обл. дет.-юнош. б-ка], 2016. — 165 с. : ил.
Путеводитель	Содержит сведения о каком-либо географическом пункте, учреждении, мероприятии и т. п.	Томск детский : пьеса-экскурсия для детей и их родителей. — Томск : Изд-во А. Олеара, 2014.
Адресная/телефонная книга	Издание, содержащее список каких-либо адресов/телефонов, что также позволяет читателю ориентироваться на новой территории	Путешествие в Сибирь : Томск : Путеводитель для гостей города и томичей / [идея и авт. проекта А. Жуков ; гл. ред. С. Жукова]. — Томск : Изд-во «Путешествие в Сибирь», 2004. — 231 с. : ил.

⁵⁰ ГОСТ Р 7.0.60–2019. Указ. соч. С. 8.

⁵¹ Там же. С. 28.

Окончание таблицы 3

<i>Каталог (музейный, товаров и услуг, каталог выставки)</i>	Содержит перечень чего-либо (экспонатов, товаров, услуг, предметов выставки и т. д.)	Флек Ю. В. Виды Томска : каталог-альбом литографий / Ю. В. Флек ; сост. Г. И. Колосова. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. — 30 [1] с.
--	--	--

Также необходимо иметь ввиду некоторые **виды периодических и продолжающихся изданий** краеведческой литературы, а именно журнал и календарь. Данные виды изданий, так же, как и путеводитель, могут представлять собой визуальный маршрут по городу, содержать информацию об истории, достопримечательностях, организациях города и т. д. Определение вида и примеры изданий даны в *таблице 4*.

Таблица 4 — Виды периодических и продолжающихся изданий г. Томска

Вид издания	Определение	Пример
<i>Журнал (научно-популярный, популярный)</i>	Содержит статьи различной тематики, но непосредственно связанной с настоящей ситуацией, проблемами города, особенностями истории, культуры и перспективы дальнейшего развития города.	Томские плесы : интернет-журнал. — 2018. — № 3 (34). — 40 с. URL : http://sibcontek.ru/fishing/archive/numbers/tomskie-plesy-3-34-mart-2018/ (дата обращения: 27.02.2019)
<i>Календарь (знаменательных дат, календарь книжного типа, перекидной)</i>	Издания, содержащие перечень дней года в виде таблиц; оформленные определенным образом: по знаковым датам и их характеристикам, по материалу определенной тематики или в соответствии с читательским адресом, настенной или настольной формы.	Заповедные места Томской области : [настен. перекид. календарь] / Законодательная Дума Том. обл. — Томск, 2016.

2.1.2. Электронные форматы путеводителей

В настоящее время развитых информационных технологий появляется все большее количество электронных и интерактивных форматов изданий, в частности, путеводителей. Современные технологии позволяют упрощать процесс поиска необходимой читателю информации, например, адреса какой-либо организации, своего местоположения, построение маршрута и т. п. Кроме того, становится более наглядной визуализация объектов, например, фотографии города или музея в сети Интернет, панорама города на Google-картах, виртуальные экскурсии по музею и т. д. Опираясь на данное многообразие форматов

воплощения информации, можно привести примеры электронных видов путеводителей по г. Томску (таблица 5).

Таблица 5 — Электронные форматы путеводителей г. Томска

Вид издания	Определение	Пример
<i>Самостоятельное электронное издание</i>	Изначально созданное в цифровой форме (это могут быть различные мобильные приложения, навигаторы по городу и т. п.)	Яндекс.Карты : карта-навигатор [Электронный ресурс]. — URL : https://yandex.ru/maps/67/tomsk (дата обращения: 04.03.2020).
<i>Деривативное</i>	Содержащее цифровое представление печатного издания (цифровые оригинал-макеты печатных изданий)	Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. — URL : http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-пешком/ (дата обращения: 03.02.2020).
<i>Интерактивное</i>	Электронное издание, позволяющее взаимодействовать с ним с помощью определенных алгоритмов	Томск : экскурсии по городу [Электронный ресурс] // izi.Travel : the storytelling platform. — URL : https://izi.travel/ru/rossiya/putevoditeli-po-tomsk (дата обращения: 31.01.2020).
<i>Изобразительное</i>	Содержащее визуальную информацию различного рода (изображения могут быть как статичные, например, фотографии, рисунки, так и динамичные в виде анимации)	QR-Томск. История по-новому [Электронный ресурс]. — URL : http://qrtomsk.ru/ru-RU (дата обращения: 31.01.2020).
<i>Электронное аудиоиздание (звуковое)</i>	Основу издания составляет звуковая информация, например, в виде аудиогuida, экскурсии по городу	Велопутешествие по Изумрудному Томску : аудио-гид : мобильное приложение [Электронный ресурс] // izi.Travel. — Томск : Турист. инф. центр, 2017.
<i>Сетевое электронное издание</i>	Доступное неограниченному кругу пользователей через сеть Интернет	Бесплатный путеводитель по Томску : гостиницы, достопримечательности, карта [Электронный ресурс] / АкуАку : Путешествия по России. — АкуАку.ru, 2012–2019. — URL : https://akuaku.ru/goroda/tomsk (дата обращения: 24.04.2019 г.).

2.1.3. Современные форматы путеводителей

После определения традиционных видов и форматов печатных и электронных изданий необходимо перейти к анализу и составлению списка современных форматов путеводителей.

Кроме видов, существующих в государственном стандарте, можно выделить дополнительные форматы путеводителей и других видов краеведческой литературы близкой тематики, опираясь на мнения исследователей. Так, в уже упомянутой работе Н. В. Филатовой «Жанровое пространство туристического дискурса» обозначены следующие ключевые жанры, преобразующиеся в виды изданий: «*экскурсия* (включая общение экскурсанта и экскурсовода)... *видеопутеводитель* — обзорно-географический документальный фильм, *аудиогид* (устная разновидность опосредованного общения); *путеводитель*, туристический *проспект*, *каталог*, *статья*, *брошюра*, *листовка* (письменная разновидность в форме печатных текстов); *виртуальная экскурсия*, *веб-страница* туристического бюро...»⁵².

Исследователь С. Н. Безус подробно рассматривает два вида письменных (печатных) туристических текста: «*Туристические путеводители*. Путеводитель или гид, как правило, представляет собой справочник, содержащий информацию о каком-либо туристском объекте (городе, историческом месте, маршруте). Превалирующей конечной целью данного жанра туристических текстов является отражение и продвижение туристского объекта. <...> *Туристические брошюры*. В отличие от туристических путеводителей брошюры представляют собой небольшие по объему туристические продукты, направленные не только на информирование потенциальных клиентов, но и на воздействие на гипотетических туристов, рекламирование определенных туристических услуг»⁵³.

Исследователь М. Ю. Дымникова в статье «Квест как форма музейно-педагогической деятельности»⁵⁴ рассматривает следующие понятия: «игра по станциям», «квест-экскурсия», «игровой путеводитель», «игровой путеводитель-квест», «музейный квест», «живой квест». Характерной тенденцией стало возникновение новых видов путеводителей для детей — в формате квестов. М. Ю. Дымникова дает следующее определение *квеста* — «...это игровая программа, предполагающая активное участие аудитории, с определенным сюжетом и финальной целью, которую можно достичь, выполняя промежуточные задания»⁵⁵. Таким образом «музейный квест» становится формой музейно-педагогической деятельности,

⁵² Филатова Н. В. Жанровое пространство... Указ. соч. С. 78–79.

⁵³ Безус С. Н. Жанровый диапазон туристических текстов // Вестник экспертного совета. 2017. № 3 (10). С. 60–61.

⁵⁴ Дымникова М. Ю. Квест как форма музейно-педагогической деятельности // Вестник СПбГИК. 2019. № 1 (38). С. 150–154.

⁵⁵ Там же. С. 151.

которая направлена на презентацию музейной информации, а также на вовлеченность музейной аудитории в процесс. Однако «квест» и «игровой путеводитель» существенно отличаются друг от друга, т. к. не каждый игровой путеводитель имеет четкий сюжет, определенную финальную цель и этапы ее достижения, задания в путеводители могут либо касаться тематики экскурсии в целом, либо быть совершенно отвлеченными от темы. В то время как в музейном квесте «задания выполняются с помощью взаимодействия с экспонатами — именно они содержат в себе информацию, которая помогает найти верное решение»⁵⁶.

Помимо современных форматов путеводителей, обозначенных исследователями, нами были проанализированы несколько источников, освещающих ассортимент краеведческих изданий Томска. Во-первых, был изучен каталог и архив Научной библиотеки ТГУ, а также комплекс краеведческих изданий о Томске, представленных на специальной выставке в Читальном зале № 4 (в апреле 2019 г.). Во-вторых, проанализирован библиографический указатель «Томская книга»⁵⁷ (за 2015–2018 гг.), ежегодно формирующийся ТОУНБ им. А. С. Пушкина. Из него были отобраны такие виды изданий, как путеводители, карты и справочники, отражающие междисциплинарный аспект при характеристике путеводителя. В-третьих, был изучен ассортимент частных книжных и букинистических магазинов города Томска («Водолей», книжные магазины-музеи «Букинист Суздальский» и «Петрь Макушинъ» и др.), а также крупнейшее в Томске рекламное агентство — Медиа-холдинг «Рекламный дайджест», издающий краеведческую литературу преимущественно подарочного типа.

На основе проведенного анализа вышеперечисленных источников можно выделить новые, современные форматы путеводителей по такому критерию классификации, как тип представления информации: а) новые печатные форматы, б) новые электронные. Для наглядности приведем примеры современных форматов путеводителей в *таблице 6*.

Таблица 6 — Современные форматы путеводителей г. Томска (за последние 5 лет)

Вид издания	Определение	Пример
<i>Печатные</i>		
<i>Текст экскурсионного маршрута</i>	Текстовое представление вербального изложения экскурсовода	Дмитриенко Н. М. В Томске в 1917 году : экскурсионный маршрут / Н. Дмитриенко, Э. Черняк ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. — Томск : Изд. Дом Том. гос. ун-та, 2017. — 181 [1] с.

⁵⁶ Меркурьева А. С. Квест как форма культурно-образовательной деятельности музея // Молодеж. вестн. С.-Петерб. гос. ин-та культуры. 2017. № 2 (8). С. 100.

⁵⁷ Томская книга — 2017. Указ. соч.

Продолжение таблицы 6

<i>Дайджест</i>	Краткий обзор ключевой информации из ранее опубликованных изданий	Современные памятники Томска : краеведческий дайджест. Вып. 3 / Муниципальная библиотека «Северная»; [сост. Белицина В. Г.]. — Томск : [б. и.], 2014. — 30 с. : цв. ил.
<i>Экскурсия-квест</i>	Экскурсия, предполагающая активное вовлечение аудитории и выполнение определенных заданий для достижения цели	Экскурсия-квест «Хулиган Василий» / Лаборатория Исторических Экспериментов. — Томск, 2017.
Электронные		
<i>Презентация</i>	Представленная в виде слайдов текстовая и иллюстративная информация	Путеводитель по библиотеке ТЭПК [Электронный ресурс] // ОГБПОУ «ТЭПК». — Томск, 2015. — URL : http://tept.edu.ru/uploads/files/BIBLIOTEKA/Putevoditel.pdf (дата обращения: 04.04.2019).
<i>Видеопутеводитель</i>	Обзорно-географический документальный фильм о городе, стране и т. п.	Любознательная Томичка : youtube-канал [Электронный ресурс] // YouTube.com. — URL : https://www.youtube.com/channel/UCtN72jQeX0-y2VO1_SFtKwA (дата обращения: 04.03.2020).
<i>Аудиогид</i>	Вербальная запись, повествование о маршруте по городу, либо об отдельных его объектах	Городские легенды Томска : мобильный путеводитель [Электронный ресурс] / МТС, Музей истории Томска. — Томск, 2019. (Режим доступа: приложение Surprise Me на iOS / izi.Travel на Android).
<i>Виртуальная экскурсия</i>	Изображение какого-либо пространства (музея, города) с возможностью интерактивного взаимодействия и перемещения между изображениями	Панорама города Томска : виртуальные прогулки [Электронный ресурс] // Tomsk.ru09. — URL : https://www.tomsk.ru09.ru/map#panoid=982&h=-211&v=-14 (дата обращения: 04.04.2020).
<i>Веб-страница туристического бюро</i>	Страница в сети Интернет с перечнем экскурсий, их кратким описанием (текст, фото, положение на карте) и т. д.	Первое Экскурсионное Бюро : Туроператор по внутреннему туризму РТО 017688 [Электронный ресурс]. — URL : http://www.1peb.ru/ (дата обращения: 04.04.2020).
<i>Веб-страница интернет-журналов, порталов и т. д.</i>	Страница в сети Интернет, размещенная в пространстве какого-либо журнала, блога и т. п., содержащая описание какого-либо объекта города, маршрута и т. д.	Гид по городу. Культовая архитектура Томска 017688 [Электронный ресурс] / Л. Мурина // Томский Обзор. — URL : https://obzor.city/article/593644---gid-po-gorodu.-kultovaja-arhitektura (дата обращения: 13.05.2019).

Окончание таблицы 6

Мобильное приложение	Вид путеводителя, используемого на мобильных устройствах	Памятники Томска : мобильное приложение [Электронный ресурс] / сост. Л. Ш. Казбекова, С. Л. Миньков. — Томск, 2018. (В разработке.)
----------------------	--	---

Исходя из описанных выше современных вариантов форматов путеводителей, выявляется тенденция создания **гибридного издания**, совмещающего в себе одновременно несколько вариантов воплощения информации, т. е. совокупность нескольких форматов, связанных общей темой. Подробнее вид гибридного путеводителя рассмотрим в следующей части данной главы.

2.2. Вид гибридного издания как одна из новых форм представления путеводителя

Суммируя вышеобозначенные факты о том, что современный путеводитель выполняет сразу несколько функций, имеет черты информационно-развлекательного и досугового издания, можно уже обозначить его новую современную форму. Это форма **гибридного, или комбинированного издания** — «...издания, в котором элементы основной информации различной природы существуют взаимосвязано»⁵⁸. То есть издание подразумевает под собой комплекс нескольких издательских продуктов различных форматов (как печатных, так и электронных).

Кроме того, гибридные издания можно охарактеризовать с двух сторон: во-первых, вид гибридного издания может предполагать наличие нескольких разных информационных продуктов, связанных общей темой, стилевым и дизайнерским оформлением; во-вторых, вид гибридного издания может подразумевать внедрение новых технологий. Так, например, Ю. В. Щербинина в своей книге «Время библиоскопов» отмечает, что «2000-е годы дали начало ещё одному новейшему формату — *гибридным книгам*: изданиям, сочетающим печатные и электронные элементы либо печатные материалы и видеовставки»⁵⁹. С этой точки зрения вид гибридного издания подразумевает внедрение разных форм технологий, используемых совместно с печатным изданием. Первый подвид характеризуется наличием «...привычной, бумажной формы, а дополнительная часть специально помечается в оглавлении, размещается на сайте электронно-библиотечной системы и получает код читательского доступа (QR-код). Иногда такие книги называют *интегрированными*. По сути, это даже не столько книга как таковая, сколько технология расширения читательских

⁵⁸ ГОСТ Р 7.0.60–2019. Указ. соч. С. 8.

⁵⁹ Щербинина Ю. В. Время библиоскопов : современность в зеркале книжной культуры. М., 2016. С. 31.

возможностей с помощью цифрового функционала»⁶⁰. Второй подвид гибридного издания — «...синтез печатного текста с видеофрагментами, получил одноимённое название от американской компании „Vook” (video + book). <...> Читая текст с помощью интернет-приложения „Vook Reader”, можно параллельно смотреть видеодополнения к сюжету, ролики с демонстрацией спортивных упражнений, манипуляций с лицом, кулинарных уроков»⁶¹.

Помимо функциональной составляющей гибридного издания, необходимо дать его характеристику с точки зрения вида и жанра литературы. Так, в статье Е. Ю. Баженовой рассматривается новый формат интернет-газет с точки зрения гибрида традиционных изданий и новостей, публикуемых в Интернете, где «...гибридной является образованная на базе печатного издания самостоятельная газета, существующая в электронной форме и распространяемая в сети Интернет.

Гибридные издания демонстрируют новые способы организации и представления информации посредством гиперссылок, мультимедиа, но сохраняют при этом отдельные черты своего печатного прототипа: тематическую ориентированность, нацеленность на определенную аудиторию, стремление к языковой и структурной клишированности, использование сложившихся в результате журналистской практики текстовых типов и жанров для „упаковки” информации»⁶². Примерами таких интернет-газет могут выступить следующие издания:

- 1) Томские плесы : интернет-журнал. — 2018. — № 3 (34). — 40 с. — URL : <http://sibcontek.ru/fishing/archive/numbers/tomskie-plesy-3-34-mart-2018/> (дата обращения: 27.02.2019);
- 2) Томский обзор : интернет-издание. — 2005–2020. — URL : <https://obzor.city/> (дата обращения: 03.04.2020).

Другим подтверждением обновления традиционных видов изданий и возникновения гибридных форматов служит исследование Т. В. Гоголиной и Е. Н. Ивановой. В статье говорится о тенденции возникновения гибридных типов изданий, которые имеют черты научного и просветительского, научно-популярного и популярного изданий, однако «некоторые типы изданий пока не обозначены в ГОСТе, но существуют в реальной редакторской практике»⁶³. Еще одним подтверждением может служить статья

⁶⁰ Щербинина Ю. В. Указ. соч. С. 31.

⁶¹ Там же. С. 32.

⁶² Баженова Е. Ю. Гибридность интернет-газеты как лингвистический параметр // Интерактивная наука. 2016. № 6. С. 81.

⁶³ Гоголина Т. В., Иванова Е. Н. Современное научное издание : к проблеме типологии // Научное мнение. 2014. № 9 (1). С. 33.

Е. В. Литовской, в которой рассмотрены кулинарные блоги с точки зрения их гибридной формы⁶⁴.

Таким образом, становится очевидным, что любой вид и жанр литературы в той или иной степени может включать в себя черты иного вида или жанра и образовывать гибридное издание. В нашем исследовании мы рассматриваем вид **гибридного издания** как совокупность нескольких разных информационных продуктов, связанных общей темой, концепцией, стилевым и дизайнерским оформлением.

В большей степени черты вида гибридного издания имеют популярные, научно-популярные и рекламно-информационные виды, а также конкретно вид путеводителя. Это характеризуется уже обозначенным фактом того, что современный путеводитель выполняет сразу несколько функций: «...реализация информационной, коммуникативной (воздействующей, гедонистической) и рекламной функций...»⁶⁵. Таким образом, для их реализации создается такой новый вид гибридного издания, которое может включать:

- 1) традиционный печатный вид издания рекламно-информационного характера (с текстовым описанием ключевых улиц и достопримечательностей, иллюстрациями и картой города);
- 2) дайджест как краткий вариант печатного вида путеводителя;
- 3) издание для досуга (с развлекательными и игровыми элементами, преимущественно для детской целевой аудитории);
- 4) электронный вид путеводителя традиционного формата (в виде сайта, лонгрида, интерактивной карты и т. д.);
- 5) электронный вид путеводителя в современном формате, ориентированном на пользователя (в форме блога, постов в социальных сетях с активным взаимодействием читателей).

Кроме перечисленных вариантов, исследователи М. С. Штейман и А. В. Покачалова выделяют некоторые другие «...гибридные формы изданий, активно использующих контент журналов-трэвелогов. Это так называемые партворки и различные виды „прагма-путеводителей“, то есть туристических гидов, активно включаемых в постоянные тематические рубрики информационно-развлекательных журналов (своего рода „журнал в журнале“)»⁶⁶. Также в настоящее время широкое распространение получают издания

⁶⁴ Литовская Е. В. Речевая маска кулинарного блогера (на материале блога Вероники Белоцерковской Belonika) // Филология и культура. 2014. № 4 (38). С. 151–154.

⁶⁵ Бахвалова Л. Е. Взаимодействие жанровой модели «классического» путеводителя с жанром телепутешествия в отечественном телевизионном дискурсе // Человек в информационном пространстве : сб. науч. тр. Ярославль, 2014. С. 181.

⁶⁶ Штейман М. С., Покачалова А. В. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 1. С. 140.

практического характера, то есть путеводители и другие близкие к нему форматы, нацеленные на самостоятельные путешествия читателей. Примером прагма-путеводителя может служить статья Л. Муриной в интернет-журнале «Томский Обзор» «Гид по городу. Культовая архитектура Томска 017688»⁶⁷; примером издания практического характера — листовка Туристского информационного центра Томска «Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком»⁶⁸.

Как видим, характеристик, включенных в понятие гибридного издания, довольно много: во-первых, вид гибридного издания предполагает комбинированную форму издания, т. е. наличие печатного и электронного вариантов воплощения информации; во-вторых, понятие гибридного издания может затрагивать взаимодействие различных жанров и функций в одном издании (пример про кулинарный блог); в-третьих, вид гибридного издания может являться отдельным самостоятельным элементом в объеме крупного издания («туристический гид» как один из разделов печатного или электронного журнала). Наконец, вид гибридного издания может быть воплощен в совокупности издательских продуктов, объединенных единой тематикой, оформлением и целевой аудиторией. Именно данный тип будет проанализирован нами в третьей главе работы при разработке современного формата путеводителя для детей младшего школьного возраста.

2.3. Разработка ментальной карты современных форматов путеводителей для детей младшего школьного возраста

В заключении текущей главы наиболее эффективным способом систематизации полученного материала по типовидовой классификации путеводителей представляется создание ментальной карты. *Майндмэппинг (mindmapping, ментальные карты)* — это эффективный и наглядный способ структурирования информации, где главная тема находится в центре схемы, а связанные с ней понятия или задачи располагаются вокруг в виде «древовидной системы». Таким образом получится наглядно представить традиционные печатные и электронные форматы путеводителей, проследить их трансформацию и выделить современные виды, а также обозначить ключевые форматы, нацеленные на детскую читательскую аудиторию.

Данная схема будет состоять из следующих веток:

- традиционные виды изданий:

⁶⁷ Гид по городу. Культовая архитектура Томска 017688 [Электронный ресурс] / Л. Мурина // Томский Обзор. URL : <https://obzor.city/article/593644---gid-po-gorodu.-kultovaja-arhitektura> (дата обращения: 13.05.2019).

⁶⁸ Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. URL : <http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-пешком/> (дата обращения: 03.02.2020).

- печатные,
 - по знаковой природе информации,
 - справочные и рекламные,
 - периодические и продолжающиеся,
- электронные;
- современные виды изданий:
 - печатные,
 - электронные;
- прогнозируемые виды изданий.

Таким образом, будут кратко обобщены все выделенные ранее виды и форматы путеводителей, а также предложены гипотезы по возникновению совершенно новых видов изданий, характерных для современного общества и развитых информационных технологий.

В *Приложении А* ментальная карта представлена в полном размере. В данном разделе обозначим отдельно каждую ветвь схемы. Кроме того, символом «галочки» будут отмечены те виды изданий, которые преимущественно рассчитаны на молодого читателя — детей младшего школьного возраста. Так, на *рисунке 1* изображены традиционные форматы изданий (печатные и электронные), в виде которых может быть представлен путеводитель; а на *рисунке 2* — современные форматы путеводителей.

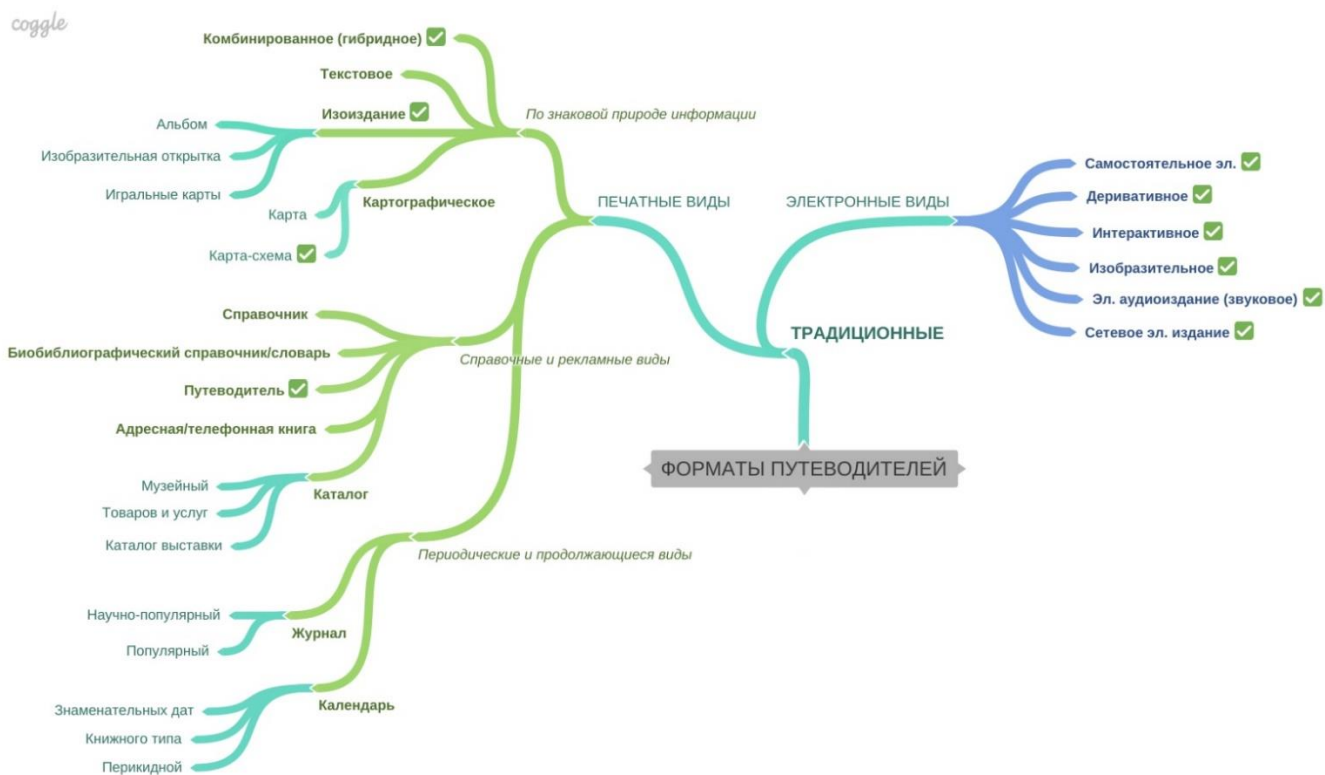


Рисунок 1 — Традиционные форматы путеводителей (печатные и электронные)

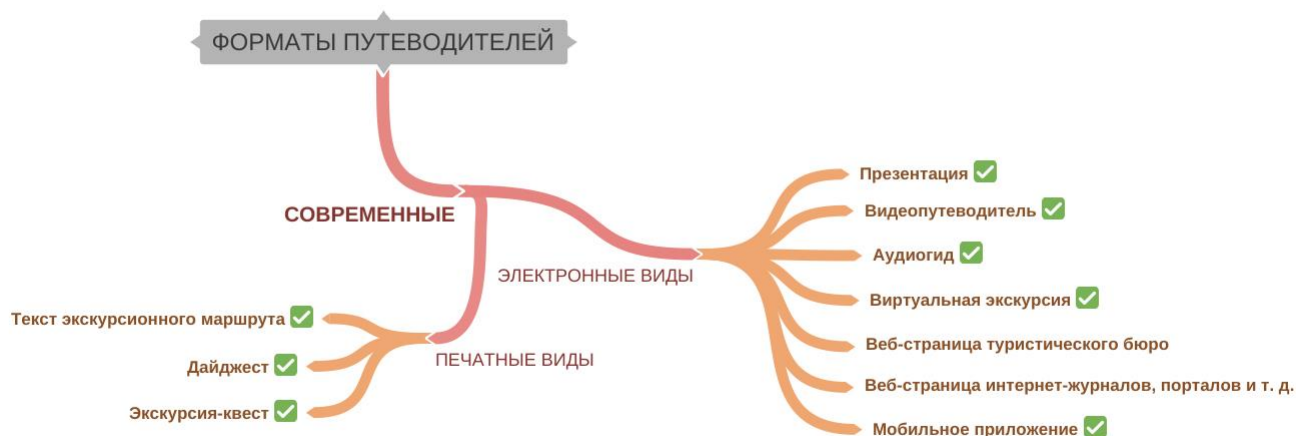


Рисунок 2 — Современные форматы путеводителей (печатные и электронные)



Рисунок 3 — Прогнозируемые форматы путеводителей

Рисунок 3 отражает прогноз о возможных, будущих вариантах видов и форматов путеводителей. В данном случае были выделены следующие прогнозируемые форматы:

- 1) формат *экскурсий в AR-очках*, т. е. очках дополненной реальности: например, при проведении экскурсии в музее посетители могут находиться в специальных очках, с помощью которых будут наблюдать движение людей и пейзажей на картине, движение скелетов и чучел животных и т. п.;
- 2) формат *экскурсий в VR-очках*, т. е. очках виртуальной реальности: при помощи данных очков можно будет посетить музей, не выходя из дома и перемещаясь лишь по своей комнате; либо посещение экскурсии в музее с дополнительным просмотром какой-либо локации в VR-очках (например, приемный зал королей, темница замка, пещера и т. п.);
- 3) *3D-путеводитель по музею* может представлять собой специальную программу на компьютере или мобильном устройстве, где пользователь сможет взаимодействовать с экспонатами и рассматривать их во всех плоскостях;

- 4) *путеводитель в формате компьютерной игры*: например, в пространстве музея игрокам даются различные задания, решение к которым можно найти среди экспонатов музея, таким образом, пользователь читает описание к предметам, рассматривает их детали и решает головоломки — своеобразное игровое обучение.

Несомненно, помимо перечисленных примеров прогнозируемых видов путеводителя, могут возникнуть и другие. Данное количество не является окончательным и может быть дополнено другими исследователями.

Глава 3. Разработка современного формата путеводителя для детей (на примере реализации заказного коммерческого проекта)

3.1. Специфика редакционной подготовки путеводителя в формате гибридного издания

Во второй главе работы нами был рассмотрен вид гибридного издания как одна из новых форм представления путеводителя, а именно — совокупность издательских продуктов, объединенных единой тематикой, оформлением и целевой аудиторией. Таким образом, исходя из особенностей гибридного издания и многофункциональной специфики путеводителя (т. е. пересечения в данном виде издания нескольких разнородных функций и дисциплин), складывается особая система его **редакционной подготовки**.

Первоначально следует кратко обозначить основные **особенности редакционной подготовки путеводителей традиционного (печатного) формата**. Для этого обратимся к следующим специалистам книгоиздательского дела — С. Г. Антоновой, А. Э. Мильчину, С. Ф. Добкину и др. Так, в своем учебнике С. Г. Антонова раскрывает характерные особенности справочных изданий, в состав которых входит путеводитель: «...особый отбор фактов, обусловленный необходимостью свертывания информации; особый язык и стиль, лаконизм изложения; максимальная открытость для поиска нужных сведений. Все это требует специфических способов представления материала, оформления, его оптимизации»⁶⁹. Обязательными элементами структуры справочного издания являются оглавление и переменный колонтитул как визуально-коммуникативные элементы, а также иллюстрации, органично и логически связанные с содержанием текста.

Более подробное описание структуры и способов оформления справочных изданий представлено в книге С. Ф. Добкина «Оформление издания. Редактору и автору»⁷⁰. Обозначим основные критерии, которые необходимо учитывать при издании путеводителей. Так, исследователь обозначает необходимость компактности справочных изданий, которой можно достичь, применяя мелкий *кегель шрифта* (преимущественно кг. 8). Однако в нашем исследовании целевой аудиторией путеводителя являются дети младшего школьного возраста, в изданиях для которых применяется увеличенный шрифт (подробнее о специфике подготовки конкретно детских путеводителей будет сказано в следующем разделе работы).

В настоящее время зачастую применяется сложное *наборное оформление* текста, что характерно для гибридного издания: текст в путеводителе насыщен шрифтовыми (например, курсивное или полужирное начертание) и нешрифтовыми (например, втяжка

⁶⁹ Редакторская подготовка изданий : учебник [Электронный ресурс] / под ред. С. Г. Антоновой // М., 2002. URL : <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook082/01/title.htm> (дата обращения: 24.11.2019).

⁷⁰ Добкин С. Ф. Оформление издания. Редактору и автору. М., 1985. 208 с.

или отчеркивание линейками) выделениями. Однако, как отмечает автор, необходимо ограничивать количество способов выделения, т. к. «слишком сложная система или большое количество выделений в тексте вызывает напряжение читателя и усложняет восприятие текста в целом»⁷¹.

Другим важным моментом при создании печатного путеводителя является выбор *формата* издания, который «зависит от характера помещенного в книге литературного и изобразительного материала, а также от целевого и читательского назначения книги и условий, в которых читатели будут пользоваться ею»⁷². Для путеводителей используют преимущественно удлиненные варианты форматов группы меньше средних (70x90/32 и 75x90/32), а также малые форматы (60x90/32 и 60x84/32). В таком виде книга вполне портативна (умещается в кармане) и не требует больших усилий при чтении на ходу за счет среднего размера строки.

Также особое значение имеют *поля* на страницах издания. Помимо таких функциональных характеристик, как место отдыха для глаз и законченная форма разворота, поля предохраняют края книги от загрязнения и порчи, что важно для путеводителей, часто использующихся при чтении на ходу.

Обозначим *основные внутренние элементы* путеводителя, выделяемые С. Ф. Добкиным:

- *предисловие* (а также материалы «От автора», «От составителя» и т. п.) в современных путеводителях предназначено для отражения концептуальной значимости формата издания (особенно в контексте региональной краеведческой литературы), а также информации, помещенной в данное издание (обычно отражающей актуальные события и проблемы города);
- *рубрикация* (т. е. деление книги на части, главы, параграфы и т. д.) способна просто и наглядно донести до читателя содержание издания и помочь в его использовании;
- *иллюстрации* «способны графическими средствами передавать содержание яснее, чем это можно сделать словами»⁷³. Для путеводителей особенно характерны такие подвиды, как фотография и карта, что обусловлено спецификой междисциплинарного подхода при создании данного вида изданий.

Важным и неотъемлемым элементом любого издания является *обложка*. Для справочных изданий, конкретно для путеводителей, подходят бумажные обложки типа 1,

⁷¹ Добкин С. Ф. Указ. соч. С. 11.

⁷² Там же. С. 99.

⁷³ Там же. С. 61.

2 и 3 по ГОСТу 22240–76 «Обложки и крышки переплетные»⁷⁴. Однако современные форматы путеводителей предполагают использование самых разных обложек и переплетов, что обусловлено спецификой регионального краеведческого книгоиздания: назначением издания (например, подарочное в дорогом твердом переплете или путеводитель-брошюра с проволочным креплением обложки), объемом финансирования (средства автора-любителя, ограниченные финансы и техническое оснащение регионального издательства, заказ администрации города) и т. д. Помимо влияния специфических черт регионального краеведческого книгоиздания, выбор обложки и переплета зависит от времени и места использования издания. Так, в бумажной обложке выпускаются издания, рассчитанные на краткий или средний срок пользования. Если издание рассчитано на более длительный срок, то используют бумагу, покрытую прозрачным полимерным слоем.

В настоящее время самым распространенным стал *цифровой тип печати*, который характеризуется достаточно высокой точностью воспроизведения шрифтовых элементов, цветовой насыщенностью изобразительных элементов, а также дешевизной по сравнению с офсетным типом печати (т. к. позволяет напечатать штучное количество экземпляров с отсутствием отходов). Для изданий с чисто текстовым наполнением распространен способ *печати на ризографе*. Наибольшим образом выбор печати зависит от специфики самого путеводителя, а также от технического оснащения региональных издательств и типографий, а также требований и финансовых возможностей заказчика.

Для определения более актуальной специфики редакционной подготовки путеводителей обратимся к статье М. А. Жулиной и М. С. Кильгишовой «Специфика разработки путеводителя как основного справочно-информационного издания в туризме»⁷⁵. Исследователи выделяют следующие особенности путеводителя: для него характерны «...сокращенный объем информации, материал располагается в форме, наиболее удобной для быстрого получения справочных сведений. ...Популярное изложение, значительная адаптация, наличие многочисленных иллюстраций»⁷⁶. Традиционно «основными элементами содержания путеводителя являются карта города, информация о туристском центре и достопримечательностях, список средств размещения и предприятий питания, их стоимость и время работы, адреса вокзалов, банков, расписание движения транспорта, номера экстренных служб, такси и другая справочная информация. Также можно включить информацию об особенностях менталитета и кухни местного населения, этику туриста»⁷⁷.

⁷⁴ ГОСТ 22240–76. Обложки и крышки переплетные. Типы. М., 1983. 15 с.

⁷⁵ Жулина М. А., Кильгишова М. С. Специфика разработки путеводителя как основного справочно-информационного издания в туризме // Огарев-online. 2014. № 18. С. 1–6.

⁷⁶ Там же. С. 4.

⁷⁷ Там же. С. 4.

Помимо этого, исследователи подчеркивают необходимость создания в путеводителе благоприятных условий для выборочного чтения⁷⁸. Поэтому текст путеводителя необходимо членить на разделы и подразделы, что наиболее эффективно осуществляется посредством внутритекстовых выделений. Для наилучшей ориентации в тексте и оперативного поиска информации необходимы нумерация, колонтитулы и различные виды рубрик (тематические, родовые, нумерационные).

Отдельно исследователи говорят о внешнем оформлении путеводителя, которое «...должно отвечать целям и функциям данного вида издания. Переплет не должен быть марким, для карманных путеводителей желательно, чтобы он был гибким. На переплете указывают краткую информацию об издании. На форзацах издания могут быть помещены карты-схемы, планы города и его окрестностей.

Путеводитель дает возможность совершить любому желающему не только реальное, но и мысленное путешествие по городу, поэтому большую роль играют визуальные материалы различного рода: схемы, карты, рисунки, фотографии. Текстовый материал и иллюстрации в путеводителе должны быть представлены в органическом единстве⁷⁹. Как уже было отмечено, в настоящее время фотография является самым распространенным видом иллюстрации в путеводителе за счет ее документальности, наглядности и достоверности.

Итак, исследователи в данной статье выделяют основные принципы, которых следует придерживаться при создании путеводителя:

- 1) удобство в обращении;
- 2) достоверность фактического материала;
- 3) регулярное обновление материала;
- 4) наглядность, использование фотографий, карт, схем;
- 5) ориентированность на определенные категории населения;
- 6) структурное членение текста;
- 7) актуальность информации⁸⁰.

Таким образом, мы рассмотрели особенности редакционной подготовки традиционного (печатного) формата путеводителя как одну из форм гибридного издания. Следовательно, необходимо рассмотреть иные формы гибридного издания путеводителя. Ими могут быть электронная версия печатного путеводителя, самостоятельный сайт в Интернете, интерактивная карта (например, Google.Карта) или мобильное приложение (например, 2ГИС), видеосюжет (видеопутеводитель, видеоэкскурсия), аудиоматериал (аудиогид), игровой

⁷⁸ Жулина М. А., Кильгишова М. С. Указ. соч. С. 4

⁷⁹ Там же. С. 5–6.

⁸⁰ Там же. С. 4.

карточный набор для детей и т. д. То есть в состав гибридного издания могут входить совершенно различные виды издательской продукции (в том числе в цифровом формате), однако ключевым условием гибридного издания должна быть связь всех его частей, объединенная общей концепцией, тематикой, дизайном и целевой аудиторией издания.

Таким образом, следует рассмотреть **особенности редакционной подготовки электронных форматов путеводителей**. В первую очередь необходимо выбрать формат будущего электронного издания. В настоящее время существует множество форматов, обладающих как достоинствами, так и недостатками. Например, самый популярный PDF-формат является наиболее подходящим для издания путеводителей, т. к. имеет следующие возможности: открывается на всех устройствах, занимает мало места на жестком диске (или карте памяти мобильного устройства), имеет возможность использования гиперссылок для перемещения как внутри издания, так и для перехода на внешние ресурсы (например, ссылка на сайт в Интернете), поддерживает иллюстрации высокого качества. Однако из недостатков стоит отметить отсутствие возможности увеличить размер шрифта, т. к. текст на мобильном устройстве часто становится неудобочитаемым.

Другими менее удобными форматами для издания путеводителей являются FB2 и EPUB. Достоинствами этих форматов являются наличие рубрикации, т. е. возможности перехода по главам, разделам, ключевым словам; функция изменения размера шрифта; плавающая верстка; возможность размещения иллюстраций. Из недостатков стоит отметить обязательное наличие программы для чтения данных форматов; низкое качество и малое количество иллюстраций. Данные форматы больше предназначены для чтения художественной литературы.

Другие форматы, как MOBI, DJVU, TXT, DOCX, RTF и т. д., не являются эффективными для издания путеводителей, т. к. имеют ограниченный функционал. В настоящее время происходит тенденция перехода от издания электронных версий печатных путеводителей к иным электронным форматам: сайтам, мобильным приложениям, видео- и аудиогидам.

В целом при редакционно-издательской подготовке мультимедийных электронных изданий необходимо учитывать следующие особенности: 1) необходимость подготовки сценария, т. е. продумывание всего внутреннего наполнения и внешнего оформления программы, определение «...элементов, которые должны быть заложены в программе, но не видны читателю...»⁸¹; 2) поиск программиста — человека, ответственного за создание и эффективное функционирование программы; 3) учет новых возможностей размещения

⁸¹ Ганова М. Е. Инновационный проект издательства «Дрофа»: особенности редакционно-издательской подготовки // Вестн. Московского гос. ун-та печати. 2013. С. 97.

информации, т. е. большего количества материала и новых форматов (видео, аудио, галерея иллюстраций, всплывающие комментарии, прокрутка текста и т. д.); 4) уменьшение затрат на производство, т. к. отсутствует необходимость закупки сырья для печати тиражей; 5) уменьшение каналов продвижения, т. к. использование электронного формата возможно только на компьютерах и мобильных устройствах⁸².

Кратко обозначим специфику редакционной подготовки современных электронных форматов путеводителей. **Путеводитель-сайт** может быть представлен в разных формах: например, самостоятельный сайт, сайт-конструктор, лонгрид, отдельная статья в интернет-издании, интерактивная карта и т. д. Каждая из перечисленных форм имеет свои особенности редакторской подготовки:

- для создания *самостоятельного сайта* требуются навыки программирования (т. е. путем написания кода);
- *сайт-конструктор* и *лонгрид* представляют собой готовые шаблоны сайтов, на которых можно менять текстовый и иллюстративный материал, добавлять и перемещать фреймы с разного рода информацией, однако функционал таких сайтов-конструкторов ограничен и требует оформления платной подписки для использования всех функций;
- *статья в интернет-издании* может также являться путеводителем, однако она имеет ограниченные возможности в использовании мультимедиа контента (в связи со спецификой издания) и может быть размещена только после одобрения редактора интернет-издания или администратора сайта;
- *интерактивная карта* — это довольно сложный формат в плане реализации. Наиболее распространенным принципом редакторской подготовки карты является создание статичного изображения местности (карты страны, города, отдельного района) и размещения на нем интерактивных точек, при нажатии на которые можно получить дополнительную информацию об объекте (в виде текста, фото, видео- или аудиозаписи).

Путеводитель в виде **мобильного приложения** (одно из популярных в России — 2ГИС) чаще всего представляет собой интерактивную карту с множеством активных элементов (домами, памятниками, остановками и т. д.). Кроме того, данные приложения необходимо снабжать удобным поисковым аппаратом и системой фильтров (например, поиск ближайших ресторанов), а также функцией построения маршрута (из пункта А в пункт Б). Однако подобного рода приложения скорее считаются навигаторами, нежели путеводителями.

⁸² Ганова М. Е. Указ. соч. С. 97.

Чтобы программа обрела вид путеводителя, в ней при редакторской подготовке должны закладываться изображения ключевых достопримечательностей, а также должны предлагаться экскурсионные маршруты по культурным заведениям города.

Отсюда возникает следующий вид электронного формата путеводителя — **аудиогид**, который может быть реализован как в виде сайта, его части или мобильного приложения. Приведем актуальный на сегодняшний день пример такого аудиогuida — проект компании МТС и Музея истории Томска «Городские легенды Томска»⁸³. Это бесплатное приложение, доступное для скачивания на Android и iOS, представляет собой карту города с проложенным по нему экскурсионным маршрутом в аудиоформате. Редакционная подготовка данного формата путеводителя требует, во-первых, навыков программирования и разработки мобильных приложений, во-вторых, качественной записи голоса диктора-экскурсовода, в-третьих, точных расчетов по совпадению проигрываемой информации и наблюдаемых слушателем пейзажей.

Актуальным в настоящее время, в связи со сложившейся ситуацией мировой пандемии, стал **видеопутеводитель**. До 2020 г. было представлено мало примеров видеозаписей, в основном видеоматериал давался в качестве дополнительной мультимедийной информации на путеводителе-сайте, либо в форме любительской съемки прогулок по городу (данные видео можно посмотреть на YouTube). Однако сейчас большинство музеев, фабрик, театров и других организаций начинают запускать видеозаписи: это может быть слайд-шоу в виде изображений картин и панорам залов музея (с музыкальным сопровождением или комментированием диктора), либо видеосюжет, интервью с сотрудниками музея или приглашенными медийными личностями. Но редакционная подготовка видеопутеводителя является очень трудоемкой, т. к. требует составления сценария, подготовки действующих лиц, наличия необходимой аппаратуры и навыков качественной съемки, а также требуется специалист по монтажу готового продукта.

Таким образом, при редакционной подготовке гибридного издания нет универсального подхода. Автору и редактору необходимо учитывать особенности каждого включенного в это издание вида, а также не забывать о единой тематике, дизайне и целевой аудитории, единство которых должно присутствовать в каждой части гибридного издания.

Кроме того, в контексте регионального краеведческого книгоиздания при редакторской подготовке важно учитывать такие критерии, как ориентированность на определенные категории населения и актуальность информации. Это обусловлено тем,

⁸³ Елизаров М. МТС и Музей истории Томска презентовали народный аудио-гид по легендам города [Электронный ресурс] // Томский обзор. URL : <https://obzor.city/news/601948--tomicham-predstavili-audio-gid-po-legendam-goroda> (дата обращения: 24.01.2020).

что в настоящее время в современном путеводителе важно отразить не просто информацию об организациях и культурных местах города, а те актуальные и важные сведения, которые сформированы самим потребителем или нуждами этих потребителей (в нашем случае — это детский путеводитель под брендом «Томск — Изумрудный город»). Самым первым пунктом при подготовке издания должно быть определение целевой аудитории, т. к. именно от психологических особенностей и предпочтений читателя формируются остальные критерии издания (концепция, содержание, дизайн и т. п.).

3.2. Особенности подготовки путеводителя как информационно-развлекательного вида издания для детей младшего школьного возраста

Прежде чем приступать к рассмотрению специфических черт путеводителей, предназначенных для детей младшего школьного возраста, необходимо проанализировать **психологические аспекты** самого читателя. В данном исследовании целевой аудиторией путеводителей являются младшие школьники. По периодизации психического развития Д. Б. Эльконина⁸⁴, это дети в возрасте от 7 до 11 лет. Традиционно редактор С. Г. Антонова выделяла следующие классификации читателя-ребенка: «дошкольный (от 3 до 7 лет) и школьный — младший (от 8 до 11 лет), средний (11–14 лет) и старший (14–18 лет) — возрасты»⁸⁵. Однако в настоящее время данная классификация устарела, т. к. обучение в школе начинается с 7 лет (иногда даже с 6 лет). Поэтому необходимо рассмотреть несколько примеров периодизации по возрасту читателя-ребенка. Так, например, выделяют следующие примерные возрастные читательские группы:

- 1) детский (7–9 лет),
- 2) переходный к подростковому (10–11 лет),
- 3) подростковый (12–13 лет),
- 4) переходный к юношескому (14 лет)⁸⁶.

Здесь нам интересен «детский» и «переходный к подростковому» периоды. Так, в возрасте 7–9 лет ребенок переживает переход от слушателя, зрителя к читателю, т. е. начинается активный процесс овладения техникой чтения. В возрасте 6–7 лет у ребенка «...преобладают эмоциональное отношение к книге, вживание в образы героев, медленный

⁸⁴ Эльконин Д. Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте // Вопросы психологии. 1971. № 4. С. 6–20.

⁸⁵ Редакторская подготовка изданий. Цит. соч. URL : <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook082/01/part-008.htm#i1385> (дата обращения: 24.11.2019).

⁸⁶ Пути читательского развития [Электронный ресурс] // Pandia.ru : интернет-издание. URL : <https://pandia.ru/text/80/403/2797.php> (дата обращения: 01.05.2020).

переход от конкретного к понятийному мышлению»⁸⁷, но при поступлении в первый класс происходит отклонение от эмоционального восприятия к включению умственных усилий, направленных на воспроизведение графического изображения слова в звуковое⁸⁸. Поэтому в «детском» периоде ребенку нужно больше читать вслух, обсуждать прочитанное, активно использовать иллюстрации (т. е. рассматривать и соотносить их с текстом). Таким образом, путем развития творческой деятельности, ребенок легче перейдет к этапу самостоятельного чтения без принуждения.

В период «переходный к подростковому» (10–11 лет) для ребенка «...характерны познавательная активность („поглощение” информации), переход от эмоционального восприятия к логическому, пристрастие к событийной стороне произведения»⁸⁹. Однако в данном возрасте возникают препятствия к чтению: увеличивается учебная нагрузка, появляется дополнительная кружковая деятельность, общения со сверстниками и, что актуально для настоящего времени, активное взаимодействие с цифровым контентом (Интернет, социальные сети, игры и т. д.). Контакт ребенка с книгой «...в 10–11-летнем возрасте во многом зависит от осознания мотивов чтения: для чего он читает, что ему дает чтение, что хотел бы он почитать, что может порекомендовать другому»⁹⁰. Таким образом, как со стороны школы, так и со стороны родителей важным является создание благоприятной атмосферы чтения для детей младшего школьного возраста, т. к. именно в этот период закладываются навыки и мотивы чтения ребенка.

В целом «...младший школьный возраст психологи называют порой первоначального накопления. Мышление младших школьников по своей конкретности и образности схоже с мышлением дошкольников, но в то же время оно носит более понятийный характер»⁹¹.

Библиотекари Ю. В. Просалкова и Х. Д. Хамракулова выделяют следующие особенности детей младшего школьного возраста:

- «...сосредоточенность на учёбе, индивидуальное определение наиболее привлекательных для себя творческих занятий (рисование, конструирование, художественная самодеятельность и т. д.);
- возбудимость, эмоциональность, требующие выхода в открытом выражении собственных переживаний, впечатлений;

⁸⁷ Психолого-педагогические особенности детей [Электронный ресурс] // Студен. б-ка онлайн. Studbook.net. URL : https://studbooks.net/666854/kulturologiya/psihologo_pedagogicheskie_osobennosti_detey (дата обращения: 01.05.2020).

⁸⁸ От первого визита — к Читателю с большой буквы [Электронный ресурс] // Pandia.ru : интернет-издание. URL : <https://pandia.ru/text/78/319/21543.php> (дата обращения: 01.05.2020).

⁸⁹ Психолого-педагогические особенности детей. Цит. соч.

⁹⁰ От первого визита — к Читателю с большой буквы. Цит. соч.

⁹¹ Психолого-педагогические особенности детей. Цит. соч.

- яркое воображение, которое проявляется у ребёнка в желании жить жизнью литературных героев, придумывать “продолжения” любимой книги;
- „эффект присутствия” в жизни литературных героев;
- не только понимание внешних связей между явлениями, фактами, но и проникновение в их внутренний смысл (появляется желание читать и перечитывать любимые книги)»⁹².

Автор учебного пособия «Редакторская подготовка изданий для детей» Д. П. Зылевич выделяет иные особенности психологии ребенка, которые должны учитывать автор и редактор:

- 1) «...большая потребность детей дошкольного и младшего школьного возраста в игровой деятельности, поэтому книга должна предполагать такую возможность;
- 2) сильная подверженность младших школьников впечатлениям от прочитанного, поэтому эмоции не должны быть негативными;
- 3) стремление детей к подражательству, поэтому книга должна предоставлять образ героя, достойного подражания;
- 4) отзывчивость на внешние впечатления, поэтому книга должна быть хорошо оформлена, чтобы совершенствовать эстетический вкус;
- 5) формирование нравственной позиции под влиянием прочитанного, поэтому автор должен закладывать в своем произведении правильные нравственные нормы. Проживая вместе с героями определенные ситуации, ребенок получает социальный и эстетический опыт»⁹³.

Таким образом, у детей 7–11 лет ведущей становится познавательная, учебная деятельность. Кроме того, еще долго остается актуальной деятельность игровая, однако она перестает быть основным содержанием жизни ребенка. У детей младшего школьного возраста интенсивно развиваются мыслительные процессы, появляется осознанная потребность в саморазвитии, в самосовершенствовании. Данная ведущая функция мышления в совокупности с игровой потребностью у младших школьников важна для нашего исследования, т. к. именно информационно-развлекательный вид путеводаителя способен восполнить потребности ребенка.

Однако дети младшего школьного возраста редко самостоятельно могут «познакомиться» с таким видом издания, как путеводитель. Например, в библиотеке или книжном магазине ребенка скорее заинтересует художественное произведение,

⁹² Библиотека и юный читатель : практич. пособие / сост. Ю. В. Просалкова, Х. Д. Хамракулова. Минск, 1987. С. 15–21.

⁹³ Зылевич Д. П. Редакторская подготовка изданий для детей : учеб. пособие для студентов специальности «Издательское дело». Минск, 2012. С. 6.

приключения или сказка. Поэтому здесь необходимы посредники в лице родителей, учителей, библиотекарей и экскурсоводов. Так, в последние несколько лет именно через музейную и в целом туристическую сферу вовлекается новая, потенциальная читательская аудитория путеводителей — дети младшего школьного возраста. В связи с данной тенденцией начало активно развиваться такое направление, как *музейная педагогика* — «междисциплинарная область научного знания, которая занимается исследованием целей и задач, принципов, содержания, методов, форм реализации образовательной деятельности музеев, ориентированной на передачу культурного опыта»⁹⁴.

В большинстве своем именно в контексте развития музеев и начали обновляться детские путеводители. Это доказывают упомянутые ранее исследователи Ю. В. Ветошкина и К. Н. Мохова: «Одним из инструментов, обеспечивающих качественный диалог музея с посетителями, призван стать путеводитель нового типа — путеводитель игровой или интерактивный»⁹⁵. Авторы статьи также отмечают принципиальные особенности путеводителя нового типа, в отличие от традиционного — это наличие «...игровых заданий и вопросов, направленных на взаимодействие посетителя с картинами и музейными объектами»⁹⁶. В сборнике «Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия» подтверждается факт о том, что в современном путеводителе, «...помимо текста и иллюстрации, часто предлагается система заданий, которые активизируют поисково-познавательную деятельность юного посетителя и формируют навык нахождения ответов на собственные вопросы — как на экспозиции музея, так и вне ее»⁹⁷. Следовательно, важнейшей функцией путеводителей для младших школьников является познавательная, реализуемая через игровую деятельность.

В своем исследовании «Тексты для детей в современном музее: опыт характеристики корпуса музейно-педагогических источников» Л. С. Тимофеева отмечает еще один важный фактор современных форматов путеводителей: «Характеризуя особенности детских и семейных путеводителей, надо отметить часто используемый в них прием — маленьких посетителей по страницам путеводителя сопровождает постоянный спутник. <...> Выбор образа спутника, как правило, не случаен, он обусловлен содержанием путеводителя, либо тематически с ним связан»⁹⁸. За счет такого героя, сопровождающего ребенка во время экскурсии, реализуется дидактическая функция, а также активизируются такие

⁹⁴ Троянская С. Л. Указ. соч. С. 12.

⁹⁵ Ветошкина Ю. В., Мохова К. Н. Указ. соч. С. 130.

⁹⁶ Там же. С. 130.

⁹⁷ Музей как пространство образования : игра, диалог, культура участия / Сост. Н. Копелянская. М., 2012. С. 63.

⁹⁸ Тимофеева Л. С. Тексты для детей в современном музее: опыт характеристики корпуса музейно-педагогических источников // Вестн. Казанского гос. ун-та культуры и искусств. 2017. № 1. С. 65–66.

психологические особенности ребенка, как стремление к подражательству и формированию нравственной позиции⁹⁹.

Помимо музейного пространства, в котором ребенок младшего школьного возраста начинает знакомиться с путеводителем, существует медиaproстранство. По мнению исследователя Е. Ю. Макаренко, «детская медиасреда является важнейшим фактором социализации подрастающего поколения»¹⁰⁰. Кроме того, медиасреда оказывает существенное влияние на особенности восприятия и культуры чтения ребенка. Интерактивность, мультимедиа, особое художественное оформление интернет-изданий — это те факторы, которые необходимы современному Поколению Z (с 2000 г. р.). Однако помимо фото-, аудио- и видеоматериалов большое значение для младших школьников имеет «...контент: материалы, написанные о детях и для детей, дискуссии по актуальным для читателей проблемам, улучшение качества публикаций в издании, их соответствие интересам и особенностям восприятия читателя, а также медиатекст, представляющий собой художественную составляющую контента»¹⁰¹.

Согласно современной теории поколений, в статье «Поколение Z — поколение эпохи ФГОС»¹⁰² подробно рассматривается возрастная группа людей, родившихся в период 2000–2015 гг. Так, «**Поколение Z** (Generation Z, Generation M, Net Generation, Internet Generation) — это своеобразное переходное поколение из XX века в век XXI, на которое ещё оказывает влияние поколение Миллениум, но в то же время у него формируются собственные черты»¹⁰³. Отличие представителей Поколения Z от предыдущих состоит в том, что «это дети мультимедийных технологий. Это поколение, родившееся в информационном обществе. Представители Поколения Зет „связаны“ между собой благодаря таким вещам, как интернет в целом, YouTube, мобильные телефоны, SMS и MP3-плееры, в этом поколение Зет становится синонимом англоязычного термина Digital Native („Цифровой Человек“). <...> Развитие цифровых технологий сделало их поколением, выросшим в цифровой среде — почти всю информацию они получают из Сети»¹⁰⁴.

В нашем исследовании мы рассматриваем детей младшего школьного возраста, которые также входят в возрастные рамки Поколения Z. Поэтому, учитывая указанные выше психологические особенности младших школьников и активное использование ими сети Интернет, «...предлагаемая детям информация должна иметь максимально эмоциональную

⁹⁹ См. об этом: Зылевич Д. П. Указ. соч.

¹⁰⁰ Макаренко Е. Ю. Детский иллюстрированный журнал : методологические предпосылки системного исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 2. С. 240.

¹⁰¹ Там же. С. 241.

¹⁰² Сапа А. В. Поколение Z — поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. 2014. № 2. С. 24–30.

¹⁰³ Там же. С. 25.

¹⁰⁴ Там же. С. 25.

окраску, быть конкретной, предусматривать самостоятельный поиск или различные виды соревновательной деятельности. <...> Основополагающий принцип — не запоминание информации, а активное участие юных читателей в процессе ее приобретения (отгадывание загадок и кроссвордов, интеллектуальные разминки, рисунки-подсказки и т. п.)»¹⁰⁵.

Помимо психологических аспектов, которые должен учитывать автор и редактор при составлении путеводителя для детей, необходимо опираться на существующий ОСТ 29.127–2002 «Издания книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия»¹⁰⁶. Так, издания в зависимости от читательского адреса и в соответствии с возрастными физиологическими особенностями органов зрения читателя и принятой в гигиене детей и подростков возрастной периодизацией развития детского организма подразделяются на четыре группы, одна из которых — дети младшего школьного возраста от 7 до 10 лет включительно. Кроме того, ОСТ 29.127–2002 подразделяет все издания в зависимости от зрительной нагрузки при чтении на две категории:

- 1) литературно-художественные, научно-популярные, учебные для дошкольного возраста (развивающего обучения);
- 2) справочные (словари, энциклопедии, каталоги и т. п.), для досуга (стикеры, альбомы с наклейками, кроссворды и т. п.)¹⁰⁷.

Таким образом, путеводители как вид справочного издания относятся ко второй категории изданий для детей. Так, для второй возрастной группы читателей (младшие школьники) предъявляются следующие требования к шрифтовому оформлению (табл. 7)¹⁰⁸.

Таблица 7 — Требования к шрифтовому оформлению текста в изданиях второй категории для второй возрастной группы

Объем текста единовременного прочтения, кол-во знаков, не более	Кегль шрифта, пункты, не менее	Увеличение интерлиньяжа, пункты, не менее	Минимальная длина строки		Характеристика шрифта по ГОСТ 3489.1	
			квадраты	мм	группа	начертание
200	10	не регламентируется	не регламентируется		не регламентируется	прямое
600	10	2	2 1/4	41	рубленных	прямое

Требования к материалу печатного издания для детей всех четырех категорий предъявляются следующие: «Экологическая безопасность материалов должна быть

¹⁰⁵ Баркова И. В. Виртуальное краеведение для детей // Библиография и книговедение. 2016. № 3 (404). С. 67.

¹⁰⁶ ОСТ 29.127–2002. Издания книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия. Взамен ОСТ 29.127–96, ОСТ 29.90–83; введ. 2003–03–01. М., 2003. 32 с.

¹⁰⁷ Там же. С. 4.

¹⁰⁸ Там же. С. 11.

гарантирована гигиеническим заключением (сертификатом). ...Для изготовления изданий следует применять бумагу, предназначенную только для печати книжных и журнальных изданий (офсетную, типографскую, книжно-журнальную и т. п.). <...> В издании (кроме вклеек, вкладок, приклеек и др.) рекомендуется применять бумагу одного вида и одинаковой массы 1 кв. м. ...Не рекомендуется применять высокоглянцевые мелованные бумаги»¹⁰⁹. Перечисленные технические требования подготовки изданий для детей являются основными и типичными, однако могут встречаться исключения и специфические экземпляры изданий, к которым необходим индивидуальный подход редактора.

Таким образом, обобщая перечисленную выше информацию, при дальнейшей разработке современного формата путеводаителя для младших школьников нужно учитывать следующие факторы:

- 1) психологические особенности по возрастным группам (дети младшего школьного возраста, с включенным в него «переходным к подростковому» периодом);
- 2) физиологические особенности младших школьников;
- 3) реализация познавательной функции через различные способы представления информации в путеводаителе;
- 4) воплощение не только информационной, но и развлекательной функции издания;
- 5) введение нового типа игрового путеводаителя (с вопросами и заданиями);
- 6) современное развитие медиапространства как места социализации ребенка.

Определив основные факторы, которые необходимо учитывать редактору при подготовке информационно-развлекательного путеводаителя для детей младшего школьного возраста, перейдем непосредственно к подготовке такого путеводаителя в виде гибридного издания.

3.3. Реализация заказного коммерческого проекта по созданию путеводаителя для детей младшего школьного возраста

При разработке какого-либо издательского проекта необходимо учитывать, во-первых, специфику редакционной подготовки выбранного вида издания. В нашем случае — это гибридное издание путеводаителя. Во-вторых, физиологические, психологические и интеллектуальные особенности читательской аудитории — детей младшего школьного возраста. В-третьих, тип издательского проекта — заказного коммерческого.

Рассмотрим подробнее причины выбора данного типа проекта. Очевидным является факт того, что современный формат путеводаителя в виде гибридного издания — это

¹⁰⁹ ОСТ 29.127–2002. Указ. соч. С. 23–24.

трудоемкая работа для издательской деятельности. Рассматривая создание путеводителей в контексте краеведческого книгоиздания, можно сделать вывод о том, что реализация идеи гибридного издания может быть осуществлена только в качестве заказного проекта. На это есть несколько причин:

- 1) местным издательствам может быть невыгодно вкладывать большое количество денежных средств и времени на реализацию такого масштабного проекта с неопределенными перспективами. В основе проекта должна присутствовать база потенциальной целевой аудитории, готовой приобрести итоговый продукт. Однако издательству будет необходимо затратить дополнительные средства на проведение маркетинговых исследований для определения этой аудитории;
- 2) совместно с реализацией такого проекта должно быть параллельное его подкрепление другими мероприятиями (реклама, подготовка аудитории к представлению издания, выпуск другой сопроводительной издательской продукции и т. д.);
- 3) необходима команда квалифицированных специалистов, способных создать гибридное издание (т. е. состоящее из нескольких издательских продуктов).

Поэтому современный формат путеводителя в виде гибридного издания может быть реализован большей частью в качестве заказного проекта коммерческого или некоммерческого типа.

Прежде чем переходить к основному содержанию проекта, необходимо точно обозначить его тип в зависимости от масштаба деятельности, сроков и условий реализации, качества и др. Для этого обратимся к классификации проектов Л. Н. Борониной и З. Н. Сенук¹¹⁰:

- 1) по масштабу наш проект является **микропроектом** — это «...форма представления индивидуальной инициативы, получившей признание окружающих. Микропроект... может не требовать внешнего финансирования, специального оборудования, может создаваться из подручных средств...»¹¹¹;
- 2) по сложности наш проект можно причислить к **простым**, однако при создании гибридного издания зачастую могут возникнуть технические сложности;
- 3) по срокам реализации — **краткосрочный**, потому что для реализации проекта потребовался примерно год;

¹¹⁰ Боронина Л. Н., Сенук З. Н. Основы управления проектами : [учеб. пособие]. Екатеринбург, 2015. С. 17.

¹¹¹ Там же. С. 17.

- 4) по требованиям к качеству и способам его обеспечения — **стандартный**, т. к. направлен не на обеспечение или повышение качества существующего товара, а на создание нового продукта;
- 5) по уровню участников — **местный** проект, т. к. предназначен для производства и распространения в одном регионе (г. Томск и Томская область);
- 6) по характеру проектируемых изменений — **инновационный**, т. к. наш проект подразумевает разработку гибридного издания путеводителя для детей, что является новым для обозначенного региона;
- 7) по сферам и направлениям деятельности — **социальный** проект, т. к. направлен, в первую очередь, на развития сферы туризма в регионе и удовлетворение нужд целевой аудитории;
- 8) по целевым установкам — **престиж-проект**, т. к. предназначен для популяризации бренда г. Томска («Томск — Изумрудный город»);
- 9) по особенностям финансирования из рассматриваемой классификации больше подходит вариант спонсорского проекта, однако правильнее назвать **заказным** проектом (финансы на реализацию проекта, а также техническое задание и иные требования предоставил заказчик);
- 10) по затрачиваемым ресурсам и получаемой прибыли — **коммерческий**, т. к. направлен на получение прибыли в результате реализации проекта.

Таким образом, определив тип проекта, реализуемый продукт и его целевую аудиторию, следует приступить непосредственно к описанию реализации проекта.

В рамках данного исследования была выявлена инициатива по созданию современного путеводителя для детей по г. Томску в виде гибридного издания. Для этого была организована встреча с представителем «Туристского информационного центра Томска», а именно Светланой Павловной Козуб, советником по туризму управления культуры администрации г. Томска. Основными задачами информационного центра сейчас являются: 1) продвижение бренда «Томск — Изумрудный город», связанного с пропагандой писательского наследия А. М. Волкова, 2) реализация различных программ в рамках года детского туризма в России. Таким образом, заказчиком была выдвинута идея создания современного формата путеводителя для детей младшего школьного возраста как сопроводительное информационно-развлекательное издание с перечнем экскурсий по Томску.

Обозначим ключевые фазы и этапы проектной деятельности для более структурированного описания процесса реализации гибридного издания путеводителя. Многие исследователи традиционно выделяют четыре фазы жизненного цикла проекта: фаза инициации, планирования, разработки и завершения проекта. Однако зачастую выделяется

еще одна фаза (обычно перед завершающей) — фаза мониторинга или оценки достижения целей проекта. Так, в книге «Управление проектами от А до Я»¹¹² Р. Ньютон выделяет следующие этапы жизненного цикла, которые проходит каждый проект:

- 1) определение целей проекта;
- 2) планирование проекта и решение о том, как он будет выполняться;
- 3) реализация проекта и достижение его результатов;
- 4) проверка соответствия результатов исходным целям и задачам;
- 5) завершение проекта¹¹³.

Однако исследователь В. Н. Фунтов в своем учебном пособии выделяет иную, пятую фазу: фазу концепции проекта (расположенную на втором месте), т. к. после первой фазы инициирования проекта происходит «...концептуальная разработка утвержденной идеи...»¹¹⁴, что является особенно важным при подготовке издательских проектов.

Как уже было сказано, каждый проект от начала до своего завершения проходит определенные фазы и этапы, которые в совокупности образуют жизненный цикл проекта. В учебном пособии Л. Н. Борониной и З. Н. Сенук сказано, что реализацию любого проекта подразумевает наличие отчетливо выраженных уровней, «слоев»: «...идеальный, связанный с концептуированием, замыслом, планированием и разработкой проекта, и реальный, воплощающий в действительность задуманную идеальную модель, уровень практической реализации проекта»¹¹⁵. В реальной практике оба слоя развиваются параллельно. Исходя из обозначенных идеального и реального слоев выделяют следующие этапы проекта:

- 1) предпроектный анализ (анализ ситуации);
- 2) формулировка концепции проекта (целеполагание);
- 3) мобилизация ресурсов;
- 4) реализация проекта;
- 5) мониторинг проекта;
- 6) наращивание потенциала проекта (перепланирование) или завершение (закрытие проекта).

В нашем исследовании при описании процесса реализации проекта гибридного издания мы будем опираться на традиционные четыре фазы, а также на обозначенные исследователями этапы жизненного цикла проекта.

¹¹² Ньютон Р. Управление проектами от А до Я / пер. с англ. А. Кириченко. М., 2013. 179 с.

¹¹³ Там же. С. 17.

¹¹⁴ Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании : учеб. пособие : 3-е изд., доп. СПб., 2011. С. 44.

¹¹⁵ Боронина Л. Н., Сенук З. Н. Указ. соч. С. 25.

Так, первым этапом (предпроектным анализом) стал анализ ситуации в регионе — тенденция развития детского туризма. В связи с этим была выдвинута личная инициатива по поиску заказчика и созданию издательского проекта в рамках данного исследования. С непосредственной помощью научного руководителя удалось найти заинтересованного в создании издательской продукции заказчика — С. П. Козуб.

1. Фаза инициации проекта

Старт проекта всегда «...начинается с озвучивания и формализации идеи или выдачи технического задания, назначения руководителя проекта и команды, определения начальных ресурсов, составления плана»¹¹⁶. Так, встреча с заказчиком, С. П. Козуб, и определение цели проекта были отправным шагом в первой фазе проекта — фазе инициации.

На первой встрече с заказчиком состоялся запуск проекта (26.08.2019 г.). В определении команды не было необходимости, т. к. это авторский проект, однако в нем присутствуют другие заинтересованные в проекте лица (так называемые *стейкхолдеры*¹¹⁷): заказчик — С. П. Козуб, инициатор проекта, научный руководитель — Е. А. Макарова, исполнитель (в том числе и инициатор) — Е. Е. Гришина, а также общественность (в лице компаний, организующих экскурсии для детей), опосредованно вовлеченная в проект. Выбор вышеупомянутых стейкхолдеров исходит из их целей: «Инициатор проекта хочет его успеха, будущие пользователи — качественного результата проекта для его использования в течение долгого времени и по низкой цене, заказчик — создания результата/продукта проекта в рамках уже запланированного бюджета и времени...»¹¹⁸.

Концепция, или идея заказчика подразумевала создание путеводителя, содержащего краткую информацию по определенным тематическим местам Томска, образующим экскурсионный маршрут. Так как целевая аудитория издания — дети младшего школьного возраста (а также родители, учителя, экскурсоводы), нужна простая, но увлекательная форма представления информации. Все технические требования заказчика, касающиеся концепции издания, прописаны в техническом задании в Приложении № 1 «Договора о сотрудничестве» (см. *Приложение Б*). Основными составляющими проекта являются: 1) текст, 2) авторские фотографии, 3) графические элементы (по тематике текста сказки А. М. Волкова «Волшебник Изумрудного города»), 4) обязательное соблюдение цветового и шрифтового стиля «Туристского информационного центра Томска» и др.

Во время инициирования проекта были предварительно определены необходимые ресурсы для его реализации, а также оговорено, что заказчик предоставит возможность

¹¹⁶ Фунтов В. Н. Указ. соч. С. 39–40.

¹¹⁷ Там же. С. 77.

¹¹⁸ Там же. С. 77.

посещения экскурсий со школьниками по разным культурным местам и организациям Томска. Эту задачу выполняло «Первое Экскурсионное Бюро» — дочерняя компания «Туристского информационного центра Томска». Все условия по созданию проекта гибридного вида путеводителя были расписаны в «Договоре о сотрудничестве» и «Техническом задании». Однако в обозначенных документах не была прописана финансовая сторона, т. к. заказчику требовалось предварительно изучить расценки по данным видам работы на рынке. С нашей стороны как исполнителя также лежит ответственность за соблюдение договора и всех его положений. Поэтому на первой фазе проекта нам следовало настоять на обсуждении финансовой стороны договора для избавления от дальнейших проблем. Несмотря на отсутствие в документах пункта о вознаграждении, два экземпляра договора были подписаны заказчиком и исполнителем и знаменовали начало действия договора и создания проекта.

Таким образом, во время первой фазы были пройдены второй и третий этапы проекта: формулировка концепции проекта и мобилизация ресурсов. Однако, как показала практика реализации данного проекта, обозначенные этапы формулировки концепции и определения необходимых ресурсов не заканчиваются в первой фазе. Во-первых, специфика гибридного издания задает определенные сложности при формулировке концепции, т. е. ее приходится пересматривать не один раз уже на фазе реализации проекта. Во-вторых, работа с заказчиком без грамотно составленного и подписанного договора на первой фазе проекта предполагает внесение правок заказчиком в техническое задание. То же касается мобилизации ресурсов (без указания в договоре пункта о предоставлении необходимых ресурсов они могут быть не предоставлены). Однако риски проекта предполагается анализировать на второй фазе.

2. Фаза планирования проекта

Вторая фаза проекта заключалась в составлении предварительного плана работы, который был оговорен с заказчиком на следующей встрече (сентябрь 2019 г.). Был обозначен следующий план:

- 1) посещение исполнителем проекта 7–10 экскурсий в течение сентября–октября 2019 г. для сбора фотоматериала;
- 2) параллельное написание текстов о прошедших экскурсиях в группы «Туристского информационного центра Томска» в социальных сетях;
- 3) накопление материала для будущего путеводителя к декабрю 2019 г.;
- 4) итоговая сдача проекта — май 2020 г.

Кроме того, на данной фазе планирования предполагалось проведение *SWOT-анализа* — «...метод определения сильных (strengths) и слабых (weaknesses) сторон позиции компании, а также возможностей (opportunities) и угроз (threats) для нее со стороны внешней

среды»¹¹⁹. Этот метод помогал выявить слабые и сильные стороны проекта, а также возможные угрозы для своевременной их минимизации. В *таблице 8* представлен SWOT-анализ проекта гибридного издания.

Таблица 8 — SWOT-анализ проекта «Путеводитель по Изумрудному городу Томску»

Strengths (сильные стороны)	Weaknesses (слабые стороны)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестандартное представление проекта в виде гибридного издания, которое заинтересует не только детскую аудиторию, но и взрослых читателей. 2. Оригинальный текстовый материал — описание экскурсий глазами очевидца. 3. Оригинальное оформление издания — авторские фотографии и рисунки (графические элементы, стилизованные под произведение А. М. Волкова «Волшебник Изумрудного города»). 4. Социальные и культурные цели проекта — популяризация бренда г. Томска и детского туризма в регионе. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие готового материала для текстового наполнения издания (необходимость составления гармоничного текста по устному повествованию экскурсоводов и дополнительным источникам). 2. Трудоемкость написания текстов, понятных и интересных детям младшего школьного возраста. 3. Долгий процесс создания графических элементов издания (рисунки, дизайн обложки).
Opportunities (возможности)	Threats (угрозы)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Поддержка со стороны заказчиков, консультирование. 2. Предоставление текстовых материалов (списка литературы) от компании-партнера заказчика (Первое Экскурсионное Бюро). 3. Финансовая поддержка, т. к. это заказной коммерческий проект. 4. Возможность проявить свои творческие и профессиональные навыки во время создания проекта. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Заказчик может не выполнить условия договора (не выполнить финансовые обязательства, изменить сроки сдачи проекта, внести новые условия в техническое задание и др.). 2. Проект может не понравиться заказчику. 3. Проект может не удовлетворить потенциальных потребителей (детей младшего школьного возраста, а также экскурсоводов, туроператоров). 4. Проект может быть не готов в срок, т. е. до конца мая 2020 года (время сдачи ВКР).

Таким образом, SWOT-анализ на фазе планирования проекта показал его возможности, сильные и слабые стороны, а также прогнозируемые угрозы. Так, при возникновении предполагаемых форс-мажорных ситуациях необходимо предпринять действия для их устранения или минимизации. Приведем примеры решения описанных в таблице угроз:

- 1) при невыполнении заказчиком условий договора необходимо руководствоваться юридическими нормами (ГК РФ ст. 1234 «Договор об отчуждении

¹¹⁹ Радченко И. А. Учебный словарь терминов рекламы и Паблик Рилейшнз. Воронеж, 2007. С. 72.

исключительного права»¹²⁰, ст. 1289 «Срок исполнения договора авторского заказа»¹²¹ и др.), однако в спорных случаях лучше пойти на компромисс и создать ситуацию, выгодную как заказчику, так и исполнителю;

- 2) при возникновении угрозы под номером два следует потребовать от заказчика список конкретных замечаний: что следует изменить, убрать или добавить в данном проекте;
- 3) для предотвращения угрозы неудовлетворения потенциальных потребителей следует перед запуском проекта или на его начальной фазе провести социологический опрос для выяснения отношения детей, их родителей и учителей к путеводителям и наличия потребности в них;
- 4) для завершения проекта к указанному сроку необходимо оптимизировать временные и личные ресурсы, а также контролировать время получения обратной связи от заказчика.

На завершающей фазе проекта будут проанализированы возникшие угрозы (предполагаемые на данном этапе и возникшие позже), варианты их минимизации или устранения для эффективного завершения проекта.

3. Фаза реализации проекта

После завершения фазы инициации и планирования проекта мы приступили к непосредственной его реализации. Первоначальным этапом фазы реализации (исполнения) проекта стал сбор материалов (продолжение этапа мобилизации ресурсов). Ими стали рассказы экскурсоводов г. Томска во время посещения музеев, фабрик, мастерских и т. д., а также несколько книг и статей, которые лежат в основе составления текстов экскурсий.

Книги:

- Дмитриенко Н. М. День за днем, год за годом : хроника жизни Томска в XVII–XX столетиях / Н. М. Дмитриенко. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2002. — 206 с.;
- Дмитриенко Н. М. История сибирского города Томска : библиографический указатель / Н. М. Дмитриенко ; науч. ред. Э. И. Черняк. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2013. — 208 с.;
- История названий томских улиц : изд. 3-е, доп. / Отв. ред. Г. Н. Старикова. — Томск : Д-Принт, 2012. — 368 с.;

¹²⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. Ст. 1234.

¹²¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. Ст. 1289.

- История сибирского транспорта : дайджест краеведческой информации / Муниципальная информ. библиотечная система ; сост. З. Б. Нагаева, Е. Ю. Озерова. — Томск : [б. и.], 2005. — 86 с.;
- Лясоцкий И. Е. Прошлое Томска в названиях его улиц, построек и окрестностей / И. Е. Лясоцкий; Томская обл. лит. группа. — Томск : [б. и.], 1952. — 64 с.;
- Очерки истории города Томска (1604–1954) / Под ред. С. И. Мурашова (отв. ред.) [и др.]. — Томск : [б. и.], 1954. — 326 с.;
- Сибирская старина : краеведческий альманах. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 1992–2020;
- Томск. Реки, озера, ключи : дайджест / Муниципальная информ. библиотечная система г. Томска ; МБ «Северная». — Томск : [б. и.], 2004. — 21 с.;

Статьи:

- Галкина Т. В. Дневники детского писателя А. М. Волкова как источник по истории Томска / Т. В. Галкина // Документ в меняющемся мире : материалы I Всерос. науч.-практ. конф. Томск, 27–28 ноября 2003 г. — Томск, 2004. — С. 297–301;
- Галкина Т. В. Историческая реконструкция места и личности как опыт нематериальной музеефикации / Т. В. Галкина, Ю. А. Рудницкий // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. — 2014. — № 1 (13). — С. 37–43;
- Рудницкий Ю. А. Внешний облик Томска в период пребывания цесаревича Николая (по материалам газеты «Томские епархиальные ведомости») / Ю. А. Рудницкий // Северный регион : наука, образование, культура. — 2018. — № 1. — С. 23–25;
- Рудницкий Ю. А. Изумрудный Томск Александра Волкова : экскурсия / Ю. А. Рудницкий. — Томск, 2014. — 36 с.;
- Рудницкий Ю. А. Проблема сохранения деревянного зодчества в г. Томске (на примере ул. Красноармейской) / Ю. А. Рудницкий // Наука и образование : XX междунар. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Томск, 18–22 апреля 2016 г. — Томск, 2016. — С. 14–17.

Изначально в концепции проекта не предполагалось создание гибридного издания. Основным издательским продуктом должен был быть печатный путеводитель по г. Томску для детей. Однако по ходу работы на фазе реализации проекта, в процессе сбора текстового и фотоматериала во время экскурсий, заказчик потребовал еще один продукт — **новостные посты для социальных сетей** о прошедших экскурсиях (размещались в группах Туристского информационного центра Вконтакте, Facebook и Instagram). Именно эта работа стала **первой**

формой гибридного издания путеводителя. Основным текстовым наполнением постов стали: а) обозначение посетителей экскурсии (школьники 1–4 классов), б) занимательные факты из истории посещенного места, в) отзывы детей об экскурсии. Также к материалу были прикреплены авторские фотографии.

Указанные новостные посты стали результатом не только этапа реализации, но и этапа мониторинга проекта. В каждом посте содержалась информация о подготовке путеводителя по г. Томску. Таким образом реализовывалась одна из функций мониторинга проекта — распространение информации о его исполнении.

Еще одним условием заказчика стало создание лонгрида по уже составленному набору экскурсий. Лонгрид под названием «Путеводитель по Изумрудному городу Томску: для детей и их родителей»¹²² был создан на платформе Wix.com, т. к. это новая, интерактивная и удобная для создания сайтов платформа. **Лонгрид стал второй формой воплощения гибридного издания путеводителя.** Процесс его создания можно разделить на три этапа:

- 1) создание макета «с нуля»: внесение всей необходимой текстовой информации (факты о музеях и других организациях Томска, адреса, отзывы детей, информация о проекте), фотоматериал, гиперссылки на страницы «Туристского информационного центра» в социальных сетях, изумрудные цвета в оформлении, а также логотип бренда «Томск — Изумрудный город»;
- 2) правка со стороны заказчика, выдвижение следующих требований и комментариев: а) увеличение кегля шрифта с именем и возрастом ребенка в блоке отзывов детей об экскурсиях, б) создание интерактивной карты с активными точками музеев и построенными «Маршрутами выходного дня», в) добавление специальных меток по возрастным ограничениям, групповому или индивидуальному посещению, наличию условий для лиц с ограниченными возможностями;
- 3) правка со стороны научного руководителя и коллег по спецсеминару, выдвижение следующих рекомендаций: подпись всех авторских фотографий водяным знаком для закрепления авторства.

Обозначим основные сложности, с которыми мы столкнулись при создании лонгрида. Во-первых, трудоемкой задачей оказалось размещение специальных меток по возрастным ограничениям, групповому или индивидуальному посещению, наличию условий для лиц с ограниченными возможностями. Необходимо было добавить данную информацию в готовый макет, не подвергая значительным изменениям его верстку и дизайн. Поэтому было

¹²² Путеводитель по Изумрудному городу Томску : для детей и их родителей : лонгрид [электронный ресурс]. 2019. URL : <https://igtomsk.wixsite.com/guide-tomsk> (дата обращения: 16.12.2019).

принято решение разместить специальные кнопки небольшого формата, при наведении или нажатии на которые появляется дополнительная информация. Например, рядом с информацией об экскурсии, которую можно посещать только группой, была размещена кнопка с изображением группы людей. Однако, чтобы не было путаницы, при наведении появлялось слово «группой» для уточнения. Таким образом, ознакомившись с данными кнопками на первой экскурсии, читатель затем может не тратить время на наведение или нажатие на кнопки, а руководствоваться схематичными изображениями. Так, например, если экскурсия предполагает наличие возможности для посещения лицам с инвалидностью, рядом располагается кнопка с соответствующим изображением, если не предполагает — кнопка отсутствует (рис. 4).

ЛАБОРАТОРИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Это место, где история города становится необычной и фантастической.
На экскурсии «Мистический Томск»
 в полумраке выставочных залов вы узнаете:

- о Томских подземельях, существовавших еще до основания города;
- где находится Лукоморье из стихотворения Александра Пушкина;
- почему Томск называют городом царевубийц;
- загадочную историю румынской актрисы, скрипачки 19-го века Бельи Гелори;
- о томичах – героях Великой Отечественной войны.

А также самую главную тайну – почему же Томск называют Изумрудным городом?



Рисунок 4 — Пример интерактивных кнопок с информацией о возможностях посещения экскурсий в лонгриде

Во-вторых, сложным было создание дизайна лонгрида, соответствующего оформлению официального сайта Туристского информационного центра¹²³. Для этого все заголовки и дополнительные элементы (кнопки, изображения геолокации и др.) были представлены в изумрудном цвете. Кроме того, по дополнительному требованию заказчика было создано фоновое изображение в виде схематичных изображений крыш деревянной архитектуры Томска. Но т. к. заказчик не предоставил данное изображение, пришлось задействовать программу Adobe Photoshop для создания нужного рисунка. В целом дизайн лонгрида создавался не по шаблону, а из отдельных фреймов текста, фото и графики, поэтому сложной задачей было создание гармоничного и удобного дизайна.

¹²³ Туристский информационный центр Томска [Электронный ресурс]. 2020. URL : <http://tic-tomsk.ru/> (дата обращения: 19.05.2020).

В-третьих, трудности возникли при адаптации лонгрида для мобильных устройств. Платформа Wix.com предполагает возможность редактирования макета для просмотра на смартфоне, однако функционал там довольно ограниченный. В данном случае при редактировании не было предпринято серьезных изменений:

- были удалены пробелы между заголовками и информацией об экскурсии,
- удалены пробелы между блоками «экскурсия» и «отзывы детей»,
- убраны переносы строк, которые не были видны в обычном формате редактирования,
- добавлена кнопка для быстрого перемещения на верх страницы.

Таким образом, лонгрид подвергся двум правкам (со стороны заказчика и научного руководителя), был доработан по всем требованиям, несмотря на возникающие сложности. В итоге ссылка на лонгрид была отправлена заказчику по электронной почте. Позже в настройках платформы Wix.com заказчику был предоставлен частичный доступ к сайту для дальнейшего редактирования или добавления новой информации. На данном этапе планируется внедрение нашего лонгрида как одного из разделов официального сайта Туристского информационного центра Томска.

Третьей формой воплощения **гибридного издания** стал **печатный путеводитель**. Обозначим, какая работа по созданию *оригинал-макета* печатного «Путеводителя по Изумрудному городу Томску» была выполнена.

Во-первых, был написан текст в формате устного рассказа экскурсовода, т. е. было дано не обрывочное описание истории и внешнего вида музеев и достопримечательностей города, а цельный текст с непрерывным повествованием. В качестве образа экскурсовода выступил персонаж сказки А. М. Волкова «Волшебник Изумрудного города» огородное пугало Страшила. В тексте путеводителя он напрямую обращается к читателю и вместе с ним проходит по всем точкам маршрута.

Во-вторых, была составлена аннотация, помещаемая на обороте титульного листа, которая раскрывает суть издания и его целевую аудиторию — дети младшего школьного возраста. Приводим ее текст:

«Все дети знают сказку „Волшебник Изумрудного города“, но мало кто знает, как туда попасть. Наш путеводитель отправит тебя в удивительное путешествие по Изумрудному городу Томску! Огородное пугало и экскурсовод Страшила расскажет, почему Томск называют изумрудным, какая у этого города история и какие секреты таят его улицы.»

Наш путеводитель удобно брать с собой в путешествие, особенно если ты в первый раз оказался в Изумрудном городе Томске, а занимательные игры от Страшилы не дадут тебе скучать во время дороги».

В-третьих, в издание был добавлен иллюстративный материал — фотографии, созданные в процессе сбора материала (во время посещения экскурсий) на начальном этапе проекта, а также графические элементы:

- изображение огородного пугала Страшилы (шесть иллюстраций) (рис. 5);
- декоративные элементы на полях в виде изображений, используемых в печатной продукции Туристского информационного центра Томска и на официальном сайте организации (рис. 5);
- игровые элементы путеводителя (с. 22–23), которые в данном случае несут чисто развлекательный характер, а также функцию закрепления положительного отношения к образу Страшилы, городу и, следовательно, бренду «Томск — Изумрудный город» (рис. 6);
- карта г. Томска с обозначенными на ней точками экскурсионного маршрута, адресами музеев и организаций и иные комментарии (рис. 7). Кроме того, при необходимости данную карту можно вырезать по специальной пунктирной линии.



Рисунок 5 — Разворот оригинал-макета путеводителя с изображением героя-экскурсовода Страшилы, декоративных иллюстраций на полях и фотографий с экскурсии

Недавно строители вместо жёлтого кирпича положили обычный асфальт. Страшила запутался. Помогите ему найти дорогу в Изумрудный город Томск!



Рисунок 6 — Пример игрового элемента в оригинал-макете путевода

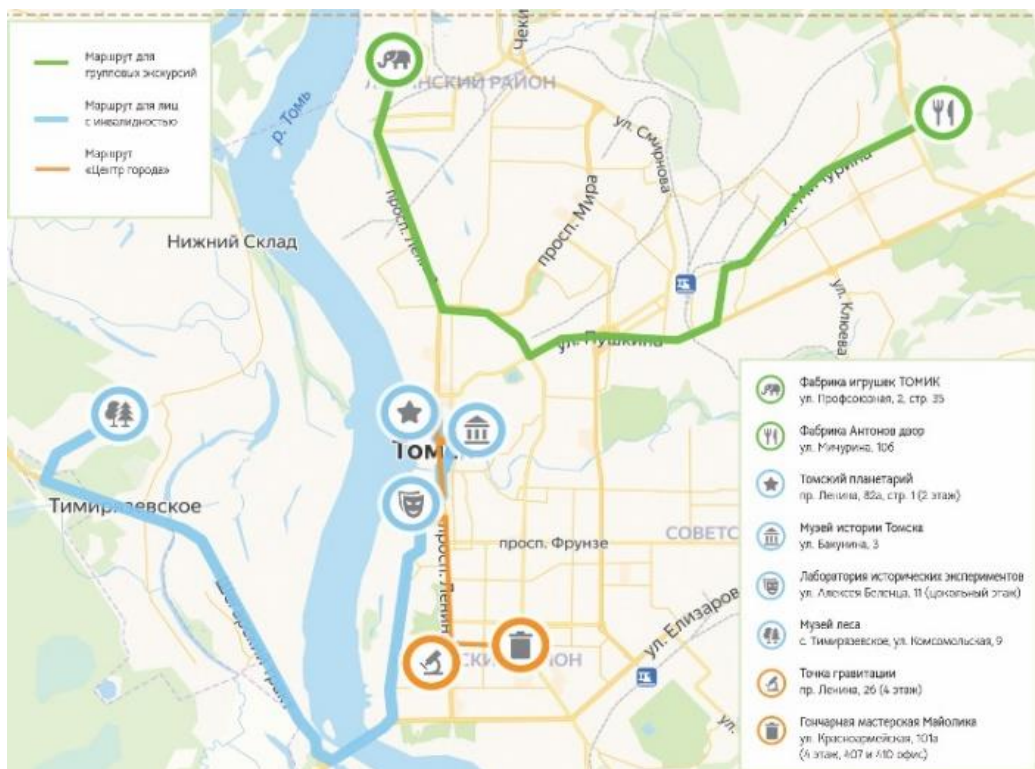


Рисунок 7 — Карта г. Томска с экскурсионным маршрутом в оригинал-макете путевода

Обозначенные выше элементы, конкретно образ героя-экскурсовода, сопровождающего читателя-ребенка по ходу чтения книги, а также игровые элементы реализуют необходимые для детского издания функции.

В-четвертых, в оригинал-макете путеводителя были размещены дополнительные материалы, необходимые для данного вида издания: 1) оглавление, 2) информация о проекте и его составителях, 3) ссылка в виде QR-кода на лонгрид, т. е. электронную форму данного путеводителя (для воплощения целостности гибридного издания), 4) выходные и выпускные сведения.

Помимо оригинал-макета издания, был разработан *дизайн обложки* печатного варианта путеводителя (частично в рамках курса «Реклама и PR книги»). Стилистика оформления передней стороны обложки соответствовала внешнему виду печатной продукции Туристского информационного центра Томска:

- фоновая заливка в виде градиента изумрудного цвета;
- рисованный шрифт названия «Путеводитель по Изумрудному городу Томску»;
- логотип бренда;
- изображение деревянной архитектуры г. Томска — дом на ул. Белинского, 19, построенный архитектором С. В. Хомичем, как прототип замка Гудвина;
- а также дополнительная иллюстрация в виде героя-экскурсовода Страшилы.

Оформление задней стороны обложки было полностью направлено на реализацию рекламной функции. Так, опираясь на основы курса по рекламе книги, основными элементами стали цитата из текста путеводителя: «Настало время познакомиться с самым таинственным и даже пугающим в городе Томске...», а также отзывы известной организации и людей, символизирующих определенные социальные роли:

- «Очень удобный и интересный путеводитель. Как раз то, что нужно сфере детского туризма — сказочное путешествие по родному городу!» *Первое Экскурсионное Бюро*;
- «Я люблю сказку “Волшебник Изумрудного города”, оказывается, Томск тоже изумрудный!» *Алина Петрова, 8 лет*;
- «Я и не знала, что у нас в Томске столько интересных мест... Сам путеводитель красочный, ничем не перегружен, моим детям очень понравился» *Мария Черненко, мама двоих детей*.

По окончании работы оригинал-макет путеводителя был отправлен заказчику по электронной почте (29 апреля 2020 г.). Однако в течение последующего времени до окончания срока действия договора (31 мая 2020 г.) заказчик не предоставил список требований по исправлению недочетов. Это может быть обусловлено либо загруженностью рабочего процесса организации и отсутствия времени для внимательной оценки полученного путеводителя, либо полной удовлетворенностью макетом со стороны заказчика.

4. Фаза завершения проекта

В связи со сложившейся ситуацией в стране (пандемия, кризис, запрет на проведение экскурсий и посещение культурных заведений города) Туристский информационный центр не может в данный момент реализовать производство и распространение печатного путеводителя. Поэтому в настоящий момент внедренным в активную читательскую среду является только лонгрид, что подтверждается предоставленным заказчиком «Актом о внедрении» (*Приложение В*).

По условиям договора, заключенного с заказчиком в сентябре 2020 г., срок реализации проекта и, следовательно, окончание сотрудничества датируется 31 мая 2020 г. Поэтому проект можно считать успешно завершённым. Во-первых, были выполнены все условия договора и технического задания; во-вторых, учтены все замечания заказчика по доработке проекта (*Приложение Г «Отзыв о работе»*); в-третьих, выполнены все пункты плана, обозначенные на фазе планирования проекта; в-четвертых, разработан современный путеводитель в виде гибридного издания и сдан заказчику в указанный срок.

Кроме того, на фазе завершения проекта следует проанализировать возникшие угрозы и предпринятые способы их устранения или минимизации. Так, в процессе реализации проекта возникла одна из прогнозируемых угроз — заказчик не выполнил условия договора (не выполнил финансовые обязательства по завершении проекта, внес новые условия в техническое задание). Как было сказано ранее, сумма вознаграждения, предоставляемая исполнителю за работу, не была прописана в договоре на первой фазе проекта. Спустя длительный период времени, затраченный на изучение цен рынка, заказчик предоставил доработанное техническое задание с обозначенной в нем суммой вознаграждения. С нашей стороны как исполнителя были переданы необходимые для перечисления денежных средств реквизиты. Однако при подготовке документов с учетом финансовой стороны у заказчика возникли проблемы, т. к. заключение договора о сотрудничестве юридического лица с физическим — это трудоемкий процесс, требующий большого количества документации и учета налоговых обложений. Минимизацией данной проблемы стало решение о продлении срока ожидания оплаты и сохранении доверительных отношений с заказчиком, т. к. для данного исследования важнее было реализовать проект и получить все необходимые документы («Акт о внедрении», «Отзыв о работе») к указанному в договоре сроку. Кроме того, для упрощения процедуры перевода денежных средств, обязательства были переложены на научного руководителя, т. е. одного из инициаторов проекта.

Другая угроза о внесении новых условий в техническое задание (а именно создание лонгрида) была минимизирована путем использования уже имеющейся информации: в лонгрид были помещены материалы (описание экскурсий, отзывы детей и фотографии),

созданные на фазе реализации проекта при подготовке новостных постов для социальных сетей. Основной сложностью было создание дизайна лонгрида, однако была устранена задача подготовки текстового и фотоматериала.

Других угроз удалось избежать: проект был одобрен заказчиком (при этом были учтены несколько незначительных замечаний); проект удовлетворил запросы потенциальных потребителей — детей и экскурсоводов, что подтверждается «Актом о внедрении» и одобрением заказчика, а также учетом психологии восприятия современного читателя (предпочтение электронного и игрового формата изданий); проект полностью завершился к указанному сроку (май 2020 г.). Кроме того, слабые стороны проекта не стали препятствием к его реализации.

Таким образом, можно сказать об успешной реализации проекта гибридного издания «Путеводитель по Изумрудному городу Томску», который был воплощен в трех формах, единых по концепции, целевой аудитории и дизайну, — новостные посты в социальных сетях, лонгрид и печатный путеводитель для детей младшего школьного возраста.

Кроме того, стоит отметить, что перспективой данного проекта является создание электронного варианта на основе макета печатного путеводителя с использованием современных информационных средств и технологий: гиперссылок, интерактивной карты, большого количества фото- и видеоматериала и др. Электронный формат позволит не только дополнять путеводитель новой информацией о музеях, строить новые экскурсионные маршруты, но и использовать возможности оперативной связи с экскурсоводами и организациями города (задать вопрос, записаться на экскурсию, оплатить билет в музей и т. д.). Также электронный формат позволит усовершенствовать использование игровых элементов путеводителя: кроссворды, лабиринты, квесты, загадки, мини-игры, которые станут более интерактивными и привлекательными для детской читательской аудитории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный региональный издательский рынок представляет собой «рынок покупателя», т. е. цели книгоиздания направлены в первую очередь на удовлетворение потребностей потенциальных читателей. Региональный рынок в большей степени ориентирован на продвижение краеведческих изданий, направленных на популяризацию региона и бренда города. Ключевым видом издания, которое способно реализовать цели региональных издательств, является путеводитель. Однако в настоящее время происходит обновление традиционных форматов изданий, ведущее к возникновению нового формата путеводителя как гибридного издания.

Особенно важным представляется создание нового формата путеводителя в связи с развитием в России детского и регионального туризма. Именно этот факт придает исследованию актуальность, которая заключается в формировании путеводителя, способного отразить текущее развитие г. Томска под брендом «Томск — Изумрудный город» в форме, доступной детской целевой аудитории.

Поставленной в исследовании целью и, следовательно, результатом работы стали выявленные особенности нового формата путеводителя в виде гибридного издания, специфика его редакционной подготовки, физиологические и психологические черты целевой аудитории путеводителя (дети младшего школьного возраста) в контексте современного состояния томского краеведческого книгоиздания.

Для достижения указанной цели были выполнены все поставленные задачи и получены следующие выводы. При описании истории развития путеводителя в контексте г. Томска за последние 10 лет были выявлены основные тенденции и трансформации данного вида: появление путеводителей-дайджестов, отход от традиционного формата путеводителя к упрощенной форме карт-схем, продвижение путеводителя в аспекте бренда «Томск — Изумрудный город». Также было выявлено практически полное отсутствие среди томских путеводителей изданий, ориентированных на детскую аудиторию. Очевидно, что данный сегмент издательского рынка Томска мало изучен и не разработан по причине малой заинтересованности авторов и издателей в информационно-развлекательных изданиях для детей.

При рассмотрении специфики путеводителя как краеведческого и информационно-развлекательного вида издания были получены следующие выводы. Во-первых, путеводитель является основным видом региональных краеведческих изданий, т. к. способен отразить местную проблематику и бренд региона, а также донести необходимые сведения до читателя в доступном и информационно-развлекательном виде. Во-вторых, в путеводителе

реализуются такие функции, как информационная, познавательная, гедонистическая и рекламная, что характерно для информационно-развлекательных изданий. В-третьих, путеводитель характеризуется наличием взаимосвязанных дисциплин (книговедения, краеведения, туризма и рекламы), что свидетельствует о его многофункциональной специфике и широте читательской аудитории.

Для определения ключевых характеристик гибридного издания необходимо было в первую очередь рассмотреть традиционные печатные и электронные форматы путеводителей (в контексте современного томского книгоиздания периода 2014–2020 гг.). Для систематизации полученных данных была разработана ментальная карта всех форматов (традиционных, современных и прогнозируемых) с обозначением форматов путеводителей, направленных на удовлетворение конкретно детской читательской аудитории. В их число входит вид гибридного издания, обладающего широкой возможностью воплощения: например, в форме комбинированного издания (т. е. наличия печатного и электронного варианта воплощения информации); в форме издания, объединяющего множество различных жанров и функций (кулинарный блог); в форме самостоятельного элемента в составе крупного издания («туристический гид» как один из разделов электронного журнала). Таким образом, очевидно, что актуальной остается проблема расшифровки и уточнения понятия «гибридного издания». Однако в ходе данного исследования опорным определением стала совокупность издательских продуктов, объединенных единой тематикой, оформлением и целевой аудиторией.

При рассмотрении особенностей редакционной подготовки путеводителя как гибридного издания было выявлено, что в настоящий момент отсутствует универсальный подход к подготовке данного вида издания. Основным правилом является соблюдение единой концепции, тематики, дизайна и целевой аудитории гибридного издания, а также учет особенностей каждого включенного в это издание вида. Однако очевидно, что редакторская подготовка гибридного издания является еще одной проблемой, требующей дальнейшего детального исследования.

Для выявления специфики информационно-развлекательного путеводителя опорной информацией стали материалы о физиологических и психологических особенностях детей младшего школьного возраста, а также теория поколений (дети в возрасте 7–11 лет относятся к Поколению Z, активно взаимодействующему с медиа-средой). Так, были выявлены следующие ключевые моменты: обязательная реализация познавательной, информационной и развлекательной функции издания, введение нового типа игрового путеводителя, а также учет специфических особенностей современной детской читательской аудитории.

Заключительной частью работы стало воплощение гибридного издания путеводителя для детей в рамках заказного коммерческого проекта под брендом «Томск — Изумрудный город». Заказчиком проекта выступил Туристский информационный центр Томска в лице С. П. Козуб, советника по туризму управления культуры администрации г. Томска. Концепцией, или идеей заказчика стало создание путеводителя для детей, содержащего краткую информацию по определенным тематическим местам Томска, образующим экскурсионный маршрут. Проект прошел все фазы жизненного цикла: фаза инициации, планирования, реализации и завершения. Итогом проекта стало гибридное издание «Путеводителя по Изумрудному городу Томску» в трех формах, единых по концепции, целевой аудитории и дизайну: новостные посты в социальных сетях, лонгрид и печатный путеводитель. Кроме того, стоит отметить наличие перспективы данного проекта — создание электронного варианта по макету печатного путеводителя с использованием современных средств и технологий, которые позволят внедрить оперативную интерактивную связь с экскурсоводами и организациями города, а также усовершенствовать игровые элементы.

В качестве перспектив исследования можно выделить более детальное рассмотрение вида гибридного издания и особенностей его редакционной подготовки, составление опорных правил по реализации проекта гибридного издания путеводителя, помимо ключевых пунктов (единой концепции, дизайна и целевой аудитории). Кроме того, возможно рассмотрение тенденций дальнейшего развития данного вида издания в г. Томске, а также проведение сопоставительного анализа путеводителя как гибридного издания в Томске и других регионах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Источники

1. Адрианов А. В. Город Томск в прошлом и настоящем / А. В. Адрианов. — Томск : Изд. «Сиб. кн. магазина» Михайлова и Макушина, 1890. — разд. паг.
2. Атмосфера Томска = TheAtmosphereofTomsk : [фотоальбом / проект медиа-холдинга «Рекламный Дайджест» ; коорд. проекта Анна Иванова ; авт. текстов и стихов В. Крюков]. — [Томск : GranDprint, 2015]. — 311 с. : цв. ил., фото ; 15 см.).
3. Бесплатный путеводитель по Томску : гостиницы, достопримечательности, карта [Электронный ресурс] / АкуАку : Путешествия по России. — АкуАку.ru, 2012–2019. — URL : <https://akuaku.ru/goroda/tomsk> (дата обращения: 24.04.2019 г.).
4. Велопутешествие по Изумрудному Томску : аудио-гид : мобильное приложение [Электронный ресурс] // izi.Travel. — Томск : Турист. инф. центр, 2017.
5. Волшебный город. Путешествие на машине [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. — URL : <http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-на-машине/> (дата обращения: 03.02.2020).
6. Гид по городу. Культовая архитектура Томска 017688 [Электронный ресурс] / Л. Мурина // Томский Обзор. — URL : <https://obzor.city/article/593644---gid-po-gorodu.-kultovaja-arhitektura> (дата обращения: 13.05.2019).
7. Городские легенды Томска : мобильный путеводитель [Электронный ресурс] / МТС, Музей истории Томска. — Томск, 2019. (Режим доступа: приложение Surprise Me на iOS / izi.Travel на Android).
8. Гурьев Н. А. Томск в кармане / Н. А. Гурьев. — Томск : Гурьев и Миллер, 1912. — 118 с.
9. Дмитриенко Н. М. День за днем, год за годом : хроника жизни Томска в XVII–XX столетиях / Н. М. Дмитриенко. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2002. — 206 с.
10. Дмитриенко Н. М. История сибирского города Томска : библиографический указатель / Н. М. Дмитриенко ; науч. ред. Э. И. Черняк. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2013. — 208 с.
11. Дмитриенко Н. М. В Томске в 1917 году : экскурсионный маршрут / Н. Дмитриенко, Э. Черняк ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. — Томск : Изд. Дом Том. гос. ун-та, 2017. — 181 [1] с.
12. Дмитриенко Н. М. Томск. Дорога к Победе : экскурс. маршрут / Н. М. Дмитриенко, П. Ю. Рачковский, В. С. Глухов ; [науч. ред. Э. И. Черняк]. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. — 75 [1] с. : ил.
13. Достопримечательности города Томска : сувенирные игральные карты : 36 листов. — [Томск : б. и., 2013]. — 1 обл. (36 отд. л.) : цв. ил.).

14. Залесов В. Г. Архитектура деревянных доходных домов Томска (конец XIX — начало XX в.) : монография / В. Г. Залесов, И. В. Куликова. — Томск : Изд-во Том. гос. архит.-строит. ун-та, 2016. — 420 с.
15. Заповедные места Томской области : [настен. перекид. календарь] / Законодательная Дума Том. обл. — Томск, 2016.
16. Земля Сибирская : Томская область : [фотоальбом / авт.-сост. Т. А. Калёнова]. — [М. : Техника молодежи, 2015 (Новосибирск : Тип. ООО ДЕАЛ)]. — 245 [6] с. : ил.
17. Изумрудный город Александра Волкова : путеводитель с подробностями : история, памятные места, интересные факты / Департ. по культуре и туризму Адм. Том. обл. — Томск : [СК-С], 2014. — 1 л.
18. Информационные карты-схемы движения муниципальных маршрутов г. Томска. — [Томск : б. и., 2017]. — [24] с.
19. История названий томских улиц : изд. 3-е, доп. / Отв. ред. Г. Н. Старикова. — Томск : Изд-во Д-Принт, 2012. — 368 с.
20. История сибирского транспорта : дайджест краеведческой информации / Муниципальная информ. библиотечная система ; сост. З. Б. Нагаева, Е. Ю. Озерова. — Томск : [б. и.], 2005. — 86 с.
21. Карта Томской губернии : с показанием границ волостей, с.-х. районов, мед. пунктов, учреждений нарсвязи, жел.-дор. и водных путей. — [Томск : б. и., 2017].
22. Лауреаты литературных премий : библиогр. сб.-путеводит. / Том. обл. дет.-юнош. б-ка ; [сост. Е. Г. Еремеева ; ред. : Л. Г. Духанина, Л. Д. Корешкова ; отв. за вып. В. П. Разумнова]. — Томск : [Том. обл. дет.-юнош. б-ка], 2016. — 165 с.
23. Легенды и мифы старого Томска : книга-альбом. — Томск : Панорама, 2006. — 256 с.
24. Любознательная Томичка : youtube-канал [Электронный ресурс] // YouTube.com. — URL : https://www.youtube.com/channel/UCtN72jQeX0-v2VO1_SFtKwA (дата обращения: 04.03.2020).
25. Лясоцкий И. Е. Прошлое Томска в названиях его улиц, построек и окрестностей / И. Е. Лясоцкий ; Томская обл. лит. группа. — Томск : [б. и.], 1952. — 64 с.
26. Очерки истории города Томска (1604–1954) / Под ред. С. И. Мурашова (отв. ред.) [и др.]. — Томск : [б. и.], 1954. — 326 с.
27. Памятники Томска : мобильное приложение [Электронный ресурс] / сост. Л. Ш. Казбекова, С. Л. Миньков. — Томск, 2018. (В разработке.)
28. Панорама города Томска : виртуальные прогулки [Электронный ресурс] // Tomsk.ru09. — URL : <https://www.tomsk.ru09.ru/map#panoid=982&h=-211&v=-14> (дата обращения: 04.04.2020).

29. Первое Экскурсионное Бюро : Туроператор по внутреннему туризму РТО 017688 [Электронный ресурс]. — URL : <http://www.1peb.ru/> (дата обращения: 04.04.2020).
30. Петр Иванович Макушин [Электронный ресурс] : лит. экскурсия по памятным местам / Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина, [Отд. Электрон. б-ки]. — (Томск : Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина), 2015.
31. Пешком в историю : нескучная прогулка : [схема-путеводитель] / текст : В. Костин, П. Рачковский ; дизайн : О. Нечаева. — [Томск : б. и.], 2012.
32. Пешком по старому Томску : 120 минут приятной прогулки по красной линии : 20 коллекционных открыток : с картой маршрута : сам себе гид. — [Томск : Tommy Giftshop, 2014].
33. По дороге в изумрудный город : Томские истории [альбом]. — Томск : ИД СК-С, 2014. — 172 с. : цв. ил.
34. Прогулки по г. Томску, 1998 г. Серия материалов : «В помощь семье и школьному учителю» / Управление по физической культуре, молодежи и туризму Администрации Томской области. — Томск, 1998. — 42 с.
35. Прогулка по старому Томску [книга-альбом] / сост. Э. Майданюк ; худож. О. Патрина ; науч. консультант В. Д. Славнин. — Томск : Книжное издательство, 1992. — 102 с.
36. Путеводитель по библиотеке ТЭПК [Электронный ресурс] // ОГБПОУ «ТЭПК». — Томск, 2015. — URL : <http://tept.edu.ru/uploads/files/BIBLIOTEKA/Putevoditel.pdf> (дата обращения: 04.04.2019).
37. Путеводитель по квестам города Томска [Карты]. — Томск : [б. и., 2015].
38. Путеводитель по Томской области. — Томск : Д-Принт, 2014. — 371 с.
39. Путешествие в Сибирь : Томск : Путеводитель для гостей города и томичей / [идея и авт. проекта А. Жуков ; гл. ред. С. Жукова]. — Томск : Изд-во «Путешествие в Сибирь», 2004. — 231 с. : ил.
40. Путешествие по улицам города : дайджест к 410-летию основания Томска / [Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина ; сост. З. В. Мельчикова ; отв. за вып. А. А. Коваленко]. — Томск: [б. и.], 2014. — 26 с.
41. Рудский В. Г. Экологические экскурсии по Томску и Томской области : учеб. пособие / В. Г. Рудский. — Томск : [б. и.], 2017. — 216 с. : ил.
42. Рудский В. Г. Экскурсии в природу. Томск глазами фенолога / В. Г. Рудский. — Томск : Печатная мануфактура, 2012. — 43, [1] с. : ил.
43. Сергеева М. А. Программа экскурсий по болотам Томского района / [М. А. Сергеева, О. Н. Смирнов, М. А. Вершинин]. — Томск : Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2012. — 35 с. : ил.
44. Сибирская старина : краеведческий альманах. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 1992–2020.

45. Современные памятники Томска : краеведческий дайджест. Вып. 3 / Муниципальная библиотека «Северная» ; [сост. В. Г. Белицина]. — Томск : [б. и.], 2014. — 30 с. : цв. ил.
46. Томск 410. Мой любимый город : открытки / фото Р. Петрушина. — Томск, 2014. — 18 отд. л.
47. Томская область : ил. путеводитель-дайджест. — [Томск : Д'Принт, 2014]. — 371 с. : ил.
48. Томск детский : пьеса-экскурсия для детей и их родителей : в роли гида — Ежик. — Томск : [Изд-во Андрея Олеара (ООО «ИД СК-С»)], 2014. — 1 л.
49. Томские плесы : интернет-журнал. — 2018. — № 3 (34). — 40 с. URL : <http://sibcontek.ru/fishing/archive/numbers/tomskie-plesy-3-34-mart-2018/> (дата обращения: 27.02.2019).
50. Томский обзор : интернет-издание. — 2005–2020. — URL : <https://obzor.city/> (дата обращения: 03.04.2020).
51. Томский областной художественный музей : путеводитель по залам и фондам / сост. : Т. А. Бычкова и др. — Томск : Изд. дом Д-Принт, 2014. — 147 с. : ил.
52. Томский областной краеведческий музей. Путеводитель по фонду книжных памятников Томского областного краеведческого музея им. М. Б. Шатилова / сост. текста Т. П. Карташова ; ред. : В. А. Есипова, К. Н. Ширко. — [Томск : б. и., 2016]. — 44 с. : ил.
53. Томск : иллюстрированный путеводитель-дайджест. — Томск : Д-Принт, 2010. — 243 с.
54. Томск исторический : карта-схема. — Томск : Д-Принт, 2018.
55. Томск : карта города [карта-схема]. — Томск : Д-Принт, 2018.
56. Томск [Карты] : настенная карта города : список улиц, нумерация домов, удобный размер. — Томск : [Д-Принт], 2012.
57. Томск : набор сувенирных открыток / [фото В. Сумцова]. — Томск : Том.Сувенир, [2015]. — 1 обл. (15 отд. л.) : цв. ил. ; 10x20 см.).
58. Томск от А до Я : краткая энциклопедия города / под ред. Н. М. Дмитриенко. — Томск : Изд-во НТЛ, 2004. — 440 с. : ил.
59. Томск. Путеводитель : 2-е изд. — Томск : ООО «Полиграф-сервис», 2008. — 239 с.
60. Томск. Реки, озера, ключи : дайджест / Муниципальная информ. библ. система г. Томска ; МБ «Северная». — Томск : [б. и.], 2004. — 21 с.
61. Томск — твой волшебный выходной! Путешествие пешком [Электронный ресурс] / Турист. инф. центр. — URL : <http://tic-tomsk.ru/экскурсии-главная/твой-выходной-пешком/> (дата обращения: 03.02.2020).
62. Томск туристический [Карты]. — Томск : Д-Принт, [2017].
63. Томск : экскурсии по городу [Электронный ресурс] // izi.Travel : the storytelling platform. — URL : <https://izi.travel/ru/rossiya/putevoditeli-po-tomsk> (дата обращения: 31.01.2020).

64. Туристическая карта-схема города Томска = TheTouristMapoftheTomskcity / разработ. схему Татьяна Курохтина. — Томск : [б. и., 2015]. — 1 л. (слож. в 4) : цв.
65. Улицы Томска. Атлас-справочник / Продюсерский Центр «ГалаПресс», Муниципальное предприятие городское архитектурно-планировочное бюро ; сост. Г. Чупин, Г. Лячин. — Томск, 1997. — Вып. 3. — 176 с.
66. Улицы Томска : справочник по состоянию на 1 января 1964 года / А. С. Банщиков, В. П. Прядильщикова. — Томск, 1964. — 104 с. (Исполнительный комитет Томского городского Совета депутатов трудящихся).
67. Улицы Томска : справочник по состоянию на 1 января 1977 г. / сост. А. А. Шарковская, З. К. Гизатулина ; отв. ред. Н. С. Пойзнер ; ред. С. А. Заплавный ; худож. В. А. Марьин. — Томск, 1977. — 135 с.
68. Учебные заведения Томска : карман. справ. абитуриента. — Томск : Губерния, 2015. — 86 с. : ил.
69. Флек Ю. В. Виды Томска : каталог-альбом литографий / Ю. В. Флек ; сост. Г. И. Колосова. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. — 30, [1] с.
70. Чирков Н. С. Путеводитель по г. Томску и его окрестностям / Н. С. Чирков. — Томск : [б. и.], 1905. — 156 с.
71. Чирков Н. С. Путеводитель по г. Томску и его окрестностям / Н. С. Чирков. — Томск : Печатня Яковлева. Томское отделение, 1908. — 236 с.
72. Чирков Н. С. Путеводитель по г. Томску и его окрестностям с приложением плана города / Н. С. Чирков. — Томск : Епархиальная типография, 1907. — 236 с.
73. Экскурсия-квест «Хулиган Василий» / Лаборатория Исторических Экспериментов. — Томск, 2017.
74. Яндекс.Карты : карта-навигатор [Электронный ресурс]. — URL : <https://yandex.ru/maps/67/tomsk> (дата обращения: 04.03.2020).
75. QR-Томск. История по-новому [Электронный ресурс]. — URL : <http://qrtomsk.ru/ru-RU> (дата обращения: 31.01.2020).

Нормативные документы

76. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // Собр. законодательства Рос. Федерации. — 2006. — Ст. 1234.
77. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // Собр. законодательства Рос. Федерации. — 2006. — Ст. 1289.

78. ГОСТ 22240–76. Обложки и крышки переплетные. Типы. — Введ. 1978–01–01. — М. : Изд-во стандартов, 1983. — 15 с. — (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).
79. ГОСТ 7.60–2003. Издания. Основные виды. Термины и определения. — Введ. 2004–07–01. — М. : Изд-во стандартов, 2004. — 41 с. — (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).
80. ГОСТ Р 7.0.60–2019. Издания. Основные виды. Термины и определения : Первая редакция (проект). — М. : Стандартинформ, 2019. — 46 с. — (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).
81. Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства : указ Президента Рос. Федерации от 29 мая 2017 г. № 240 [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. — URL : <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102433739> (дата обращения: 21.03.2020).
82. ОСТ 29.127–2002. Издания книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия. Взамен ОСТ 29.127–96, ОСТ 29.90–83; введ. 2003–03–01. — М. : М-во РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, 2003. — 32 с.

Учебная литература

83. Библиотека и юный читатель : практич. пособие / сост. Ю. В. Просалкова, Х. Д. Хамракулова. — Минск : Книжная палата, 1987. — 256 с.
84. Боронина Л. Н. Основы управления проектами : [учеб. пособие] / Л. Н. Боронина, З. В. Сенук. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. — 112 с.
85. Добкин С. Ф. Оформление издания. Редактору и автору / С. Ф. Добкин. — М. : Книга, 1985. — 208 с.
86. Зылевич Д. П. Редакторская подготовка изданий для детей : учеб. пособие для студентов специальности «Издательское дело» / Д. П. Зылевич. — Минск : БГТУ, 2012. — 194 с.
87. Редакторская подготовка изданий : учебник [электронный ресурс] / под ред. С. Г. Антоновой. — М. : Изд-во МГУП, 2002. — 468 с. — URL : <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook082/01/part-008.htm#i1385> (дата обращения: 24.11.2019 г.).
88. Троянская С. Л. Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности : учебное пособие / С. Л. Троянская. — Ижевск : Ассоциация «Научная книга», 2007. — 145 [1] с. : ил.

89. Управление проектами : фундаментальный курс : учебник / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони и др. ; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. — 620 [4] с.
90. Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании : учеб. пособие / В. Н. Фунтов. — 3-е изд., доп. — СПб. : Питер, 2011. — 394 с.
91. Ньютон Р. Управление проектами от А до Я / Р. Ньютон ; Пер. с англ. — 4-е изд. — М. : Альпина Паблицер, 2012. — 180 с.

Научная литература

92. Баженова Е. Ю. Гибридность интернет-газеты как лингвистический параметр / Е. Ю. Баженова // Интерактивная наука. — 2016. — № 6. — С. 79–81.
93. Баркова И. В. Виртуальное краеведение для детей / И. В. Баркова // Библиография и книговедение. — 2016. — № 3 (404). — С. 66–72.
94. Бахвалова Л. Е. Взаимодействие жанровой модели «классического» путеводителя с жанром телепутешествия в отечественном телевизионном дискурсе / Л. Е. Бахвалова // Человек в информационном пространстве : сб. науч. тр. — Ярославль, 2014. — С. 180–185.
95. Безус С. Н. Жанровый диапазон туристических текстов / С. Н. Безус // Вестн. экспертного совета. — 2017. — № 3 (10). — С. 60–68.
96. Ветошкина Ю. В. Игровой путеводитель как новый инструмент в музейной практике (на примере г. Перми) / Ю. В. Ветошкина, К. Н. Мохова // Сервис plus : научный журнал. — 2018. — Т. 12. — № 2. — С. 128–137.
97. Галкина Т. В. Дневники детского писателя А. М. Волкова как источник по истории Томска / Т. В. Галкина // Документ в меняющемся мире : материалы I Всерос. науч.-практ. конф. Томск, 27–28 ноября 2003 г. — Томск, 2004. — С. 297–301.
98. Галкина Т. В. Историческая реконструкция места и личности как опыт нематериальной музеификации / Т. В. Галкина, Ю. А. Рудницкий // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. — 2014. — № 1 (13). — С. 37–43.
99. Ганова М. Е. Инновационный проект издательства «Дрофа» : особенности редакционно-издательской подготовки / М. Е. Ганова // Вестн. Московского гос. ун-та печати. — 2013. — № 1. — С. 93–98.
100. Гоголина Т. В. Приемы работы с текстом при обучении аннотированию студентов-редакторов в вузе / Т. В. Гоголина, Е. Н. Иванова // Педагогическое образование в России. — 2016. — № 9. — С. 24–29.

101. Гоголина Т. В. Современное научное издание : к проблеме типологии / Т. В. Гоголина, Е. Н. Иванова // Научное мнение. — 2014. — № 9 (1). — С. 33–37.
102. Драчева Ю. Н. Репрезентация элементов брендов вологодской области в путеводителях / Ю. Н. Драчева, А. Б. Крылова // Вестн. Череповец. гос. ун-та. — 2015. — № 4. — С. 77–80.
103. Дымникова М. Ю. Квест как форма музейно-педагогической деятельности / М. Ю. Дымникова // Вестник СПбГИК. — 2019. — № 1 (38). — С. 150–154.
104. Жулина М. А. Специфика разработки путеводителя как основного справочно-информационного издания в туризме [Электронный ресурс] / М. А. Жулина, М. С. Кильгишова // Огарев-online. — 2014. — № 18 (32). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-razrabotki-putevoditelya-kak-osnovnogo-spravochno-informatsionnogo-izdaniya-v-turizme> (дата обращения: 24.10.2017).
105. Литовская Е. В. Речевая маска кулинарного блогера (на материале блога Вероники Белоцерковской Belonika) / Е. В. Литовская // Филология и культура. — 2014. — № 4 (38). — С. 151–154.
106. Макаренко Е. Ю. Детский иллюстрированный журнал : методологические предпосылки системного исследования / Е. Ю. Макаренко // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7. — № 2. — С. 232–244.
107. Меркурьева А. С. Квест как форма культурно-образовательной деятельности музея / А. С. Меркурьева // Молодеж. вестн. С.-Петербур. гос. ин-та культуры. — 2017. — № 2 (8). — С. 99–101.
108. Музей как пространство образования : игра, диалог, культура участия / Отв. ред. А. Щербакова ; сост. Н. Копелянская. — М., 2012. — 164 с.
109. Новикова Л. И. Краеведческие периодические издания Российской Федерации на рубеже веков : пути и особенности развития / Л. И. Новикова, Е. И. Трубина // Библиосфера. — 2011. — № 2. — С. 59–66.
110. Павлова И. Ф. Факторы развития регионального книгоиздания / И. Ф. Павлова // Вестн. Удмурд. ун-та, 2015. — 25 (6). — С. 124–132.
111. Рудницкий Ю. А. Внешний облик Томска в период пребывания цесаревича Николая (по материалам газеты «Томские епархиальные ведомости») / Ю. А. Рудницкий // Северный регион : наука, образование, культура. — 2018. — № 1. — С. 23–25.
112. Рудницкий Ю. А. Изумрудный Томск Александра Волкова : экскурсия / Ю. А. Рудницкий. — Томск, 2014. — 36 с.
113. Рудницкий Ю. А. Проблема сохранения деревянного зодчества в г. Томске (на примере ул. Красноармейской) / Ю. А. Рудницкий // Наука и образование : XX междунар. конф.

- студентов, аспирантов и молодых ученых. Томск, 18–22 апреля 2016 г. — Томск, 2016. — С. 14–17.
114. Сапа А. В. Поколение Z — поколение эпохи ФГОС / А. В. Сапа // Инновационные проекты и программы в образовании. — 2014. — № 2. — С. 24–30.
115. Тимофеева Л. С. Тексты для детей в современном музее: опыт характеристики корпуса музейно-педагогических источников / Л. С. Тимофеева // Вестн. Казанского гос. ун-та культуры и искусств. — 2017. — № 1. — С. 63–67.
116. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Филатова. — М., 2014. — 25 с.
117. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н. В. Филатова // Вестн. МГГУ им. М. А. Шолохова. — 2012. — № 2. — С. 76–82.
118. Хайретдинова О. А. Практический аспект разработки комплексной туристской информационной системы / О. А. Хайретдинова // Социально-экономическое развитие. — 2016. — № 3 (17). — С. 120–125.
119. Штейман М. С. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ / М. С. Штейман, А. В. Покачалова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8. — № 1. — С. 129–146.
120. Щербинина Ю. В. Время библиоскопов : современность в зеркале книжной культуры / Ю. В. Щербинина. — М. : Форум : Неолит, 2016. — 416 с. : ил.
121. Эльконин Д. Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте / Д. Б. Эльконин // Вопросы психологии. — 1971. — № 4. — С. 6–20.

Справочная литература

122. Мильчин А. Э. Справочник издателя и автора : ред.-изд. оформление изд. : 2-е изд., исправ. и доп. / А. Э. Мильчин, Л. К. Чельцова. — М. : Олма-Пресс, 2003. — 800 с.
123. Радченко И. А. Учебный словарь терминов рекламы и Паблик Рилейшнз / И. А. Радченко ; под ред. Е. Е. Топильской. — Воронеж : ВФ МГЭИ, 2007. — 114с.
124. Томская книга — 2017 : библиогр. указ. / ТОУНБ им. А. С. Пушкина ; [сост. Т. Г. Бурматова ; ред.: С. С. Быкова, Н. В. Гурулева ; отв. за вып. Т. П. Вергановичус]. — Томск : [б. и.], 2018. — 126 [4] с.

Электронные ресурсы

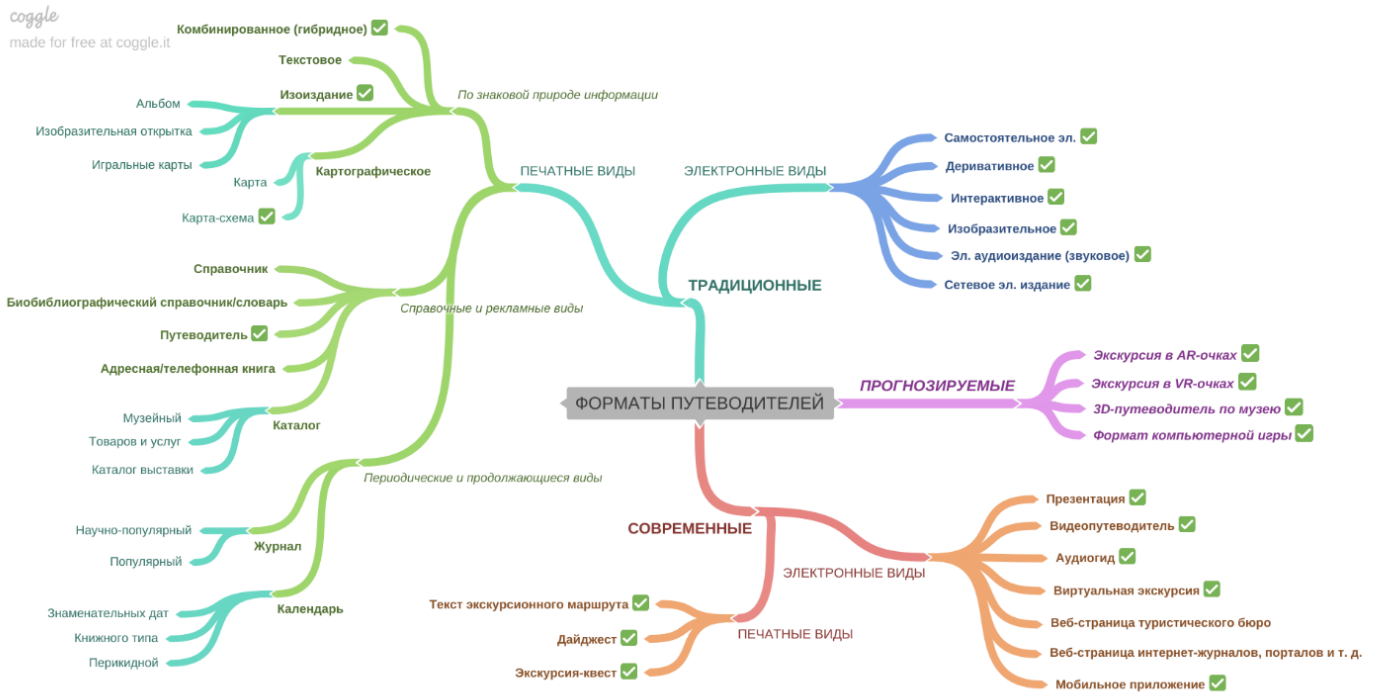
125. 2019 — год детского туризма в России [Электронный ресурс] // Туристский информ. центр Томска. — URL : <http://tic-tomsk.ru/новости/2019-год-детского-туризма-в-россии/> (дата обращения: 21.03.2020).

126. Елизаров М. МТС и Музей истории Томска презентовали народный аудио-гид по легендам города [Электронный ресурс] / М. Елизаров // Томский обзор. — URL : <https://obzor.city/news/601948---tomicham-predstavili-audio-gid-po-legendam-goroda> (дата обращения: 24.01.2020).
127. Жанры развлекательной литературы [Электронный ресурс] // Студопедия. — URL : https://studopedia.ru/16_37805_zhanri-razvlekatelnoy-literaturi.html (дата обращения: 13.03.2020).
128. От первого визита — к Читателю с большой буквы [Электронный ресурс] // Pandia.ru : интернет-издание. — URL : <https://pandia.ru/text/78/319/21543.php> (дата обращения: 01.05.2020).
129. О ТРЦ [Электронный ресурс] // Изумрудный город. — URL : <https://izumrudniy.tomsk.ru/about> (дата обращения: 21.03.2020).
130. Первое Экскурсионное Бюро [Электронный ресурс] : Туроператор по внутреннему туризму РТО 017688. — URL : <http://1peb.ru/> (дата обращения: 29.05.2020).
131. Психолого-педагогические особенности детей [Электронный ресурс] // Студен. б-ка онлайн. Studbook.net. — URL : https://studbooks.net/666854/kulturologiya/psihologo_pedagogicheskie_osobennosti_detey (дата обращения: 01.05.2020).
132. Путеводитель по Изумрудному городу Томску : для детей и их родителей : лонгрид [электронный ресурс]. — 2019–2020. — URL : <https://igtomsk.wixsite.com/guide-tomsk> (дата обращения: 16.12.2019).
133. Пути читательского развития [Электронный ресурс] // Pandia.ru : интернет-издание. — URL : <https://pandia.ru/text/80/403/2797.php> (дата обращения: 01.05.2020).
134. Туристский информационный центр Томска [Электронный ресурс]. — 2020. — URL : <http://tic-tomsk.ru/> (дата обращения: 19.05.2020).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Ментальная карта форматов путеводителей



Приложение Б

Техническое задание на выполнение работ
по созданию серии информационных продуктов под общим названием
«Путеводитель по Изумрудному городу Томску»

г. Томск

20 марта 2020 года.

1. Посетить экскурсии. Список экскурсий определен пунктом 5.
2. Подготовить материал по экскурсиям (повествование экскурсоводов, отзывы детей и фотографии).
3. Предоставить материал (повествование экскурсоводов, отзывы детей и фотографии) Заказчику в электронном виде на информационном носителе (USB-Flash-накопитель).
4. Создать сайт (лонгрид) на основе собранного материала. Сайт должен содержать описание экскурсий (пункт 5) согласно следующим требованиям:
 - 4.1. Название и описание экскурсии.
 - 4.2. Возрастные ограничения, возможности посещения группой или индивидуально, наличии условия для лиц с ограниченными возможностями.
 - 4.3. Отзывы детей о посещенной экскурсии.
 - 4.4. Фотографии с экскурсии.
 - 4.5. Интерактивная карта города Томска с местами экскурсий и вариантами экскурсионных маршрутов.
 - 4.6. Фоновое изображение, созданное по аналогии с сайтом ТИЦ Томска (<http://tic-tomsk.ru/>).
 - 4.7. Информация о проекте Заказчика.
 - 4.8. Контактные данные организации Заказчика.
5. Список экскурсий:
 - 5.1. Музей истории Томска.
 - 5.2. Музей леса.
 - 5.3. Фабрика игрушек ТОМИК.
 - 5.4. Антонов двор.
 - 5.5. Точка гравитации.
 - 5.6. Гончарная мастерская Майолика.
 - 5.7. Лаборатория исторических экспериментов.
 - 5.8. Томский планетарий.
6. Сроки выполнения работы: с момента заключения договора по 31 мая 2020 г.

Приложение В

АКТ

Внедрения результатов выпускной квалификационной работы
«Путеводитель для младших школьников в контексте краеведческих
информационно-развлекательных изданий г. Томска»
Гришиной Екатерины Евгеньевны

Результаты выпускной квалификационной работы Гришиной Екатерины Евгеньевны «Путеводитель для младших школьников в контексте краеведческих информационно-развлекательных изданий г. Томска» внедрены в рабочий процесс Туристского информационного центра г. Томска.

Результатом написания выпускной квалификационной работы стало создание лонгрида «Путеводитель по Изумрудному городу Томску». Данный путеводитель отражает самые актуальные объекты и маршруты для развития детского туризма г. Томска. Путеводитель используется как презентационный материал для рассылки туроператорам и привлечения организованных детских групп в город Томск.

Советник по ООП КДД
Управления культуры
Администрации Города Томска

14.05.2020 г.



Для Козуб Светлана Павловна
документов

Приложение Г

Управление культуры
Администрации Города Томска

15.05.2020 г.

Отзыв о работе

В период с сентября по май 2020 г. студентка Томского государственного университета филологического факультета кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования Гришина Екатерина Евгеньевна в роли Исполнителя выполняла работу по созданию комплекса издательских продуктов — «Путеводитель по изумрудному городу Томску».

Работа была выполнена в соответствии с нормами государственных стандартов по издательскому делу, согласно техническому заданию и условиям договора, с надлежащим качеством и в установленный срок. При этом, в ходе реализации проекта максимально учитывались рекомендации по доработке путеводителя и иные пожелания Заказчика.

За время проведения работы Гришина Екатерина Евгеньевна зарекомендовала себя как квалифицированный специалист, оперативно и качественно выполняющий поставленные задачи.

Учитывая положительные результаты работы, готовы к дальнейшему сотрудничеству по созданию издательской продукции для программ и экскурсий Туристского информационного центра Томска.

Советник по ООП КДД

Козуб Светлана Павловна

