

Муниципальное бюджетное учреждение культуры Цимлянского района
«Центральная межпоселенческая библиотека»

Издательская деятельность библиотек

Методические рекомендации

г. Цимлянск
2018 г.

Издательская продукция библиотек создается ее же сотрудниками. Она формируется, в основном, на основе собственных фондов.

Неуклонно увеличивающийся информационный поток делает отбор, оценку, представление и продвижение нужной информации жизненно необходимыми. Библиотеки выпускают списки литературы и тематические библиографические указатели. Больше внимание уделяется созданию библиографических пособий малых форм: списков, закладок, буклетов. Тематику библиографических пособий определяют информационные запросы пользователей. Востребованы тематические дайджесты. Если тема востребована, а издание библиографического материала по каким-либо причинам невозможно, библиотеки могут создать тематические папки (информационно-библиографические досье). Они составляются на основе типовых запросов читателей и представляют собой подборку печатных материалов (вырезки статей и их копии, библиографические списки, перепечатанный материал).

Печатная продукция оказывает эффективную помощь в информационно-библиографическом обслуживании, помогает созданию положительного имиджа библиотеки, направлениях деятельности, программах и проектах, осуществляемых ею, в освещении памятных событий и дат.

Виды издательской продукции.

Рекомендательные списки литературы.

Они составляются по наиболее важным и актуальным темам и проблемам в соответствии с читательским и целевым назначением. Как показывает опыт, больше всего такие списки необходимы учащейся молодежи, соответственно и темы их чаще всего связаны с учебным процессом.

Выпуск *Бюллетеней* — также традиционная и весьма востребованная форма работы.

Библиотеками выпускаются также *информационные листы, памятки* (правила, рекомендации), *буклеты, брошюры, дайджесты, сборники, пригласительные билеты, визитные карточки, календари, аппликации, ярлыки, закладки.*

Информационные листы, закладки

Привлекательная черта данных малых форм — возможность информировать пользователей по конкретному вопросу, теме, каталогу, фонду, отделу. Обычно это четко выражается в самом названии продукта: «Как пользоваться межбиблиотечным абонементом», «Заповеди читателя», «Разделы систематического каталога». Такая продукция малозатратна и удобна для заинтересованных пользователей (листы можно держать в книге,

блокноте, тетради и т. п.). Любой посетитель может взять такую продукцию с выставки, кафедры, стола в библиотеке.

Памятки (правила, рекомендации)

По сути, это более облегченная или сокращенная форма справочников, путеводителей, методических пособий и — очень распространенная. Они выпускаются большим тиражом, чем другие издания библиотеки. В работе с ними тщательно отбираются факты. Памятка должна быть лаконична, и в то же время информативна. И что не менее важно — доступна для всех пользователей. Такие продукты мы выпускаем в двух видах:

Рекомендации по широкому спектру деятельности библиотеки: обслуживание читателей, жизнь библиотеки, услуги и т. п. Эти пособия включают самую лаконичную характеристику технических сторон работы библиотеки, содержат сжатую информацию практического характера. (например, памятки-пособия: «Как правильно написать конспект», «Как составить резюме», «Сочинение: секреты успеха»), «Культура чтения», «Увлекательный мир фэнтези» и т. д.)

Персональные памятки. Их цель — познакомить читателей с основными произведениями определенного автора и помочь в изучении его жизни и деятельности.

Отбираются самые ценные издания произведений писателя, имеющиеся в библиотеке, а также литература о его жизни и деятельности. Поистине незаменимыми стали персональные памятки краеведческого характера. Эти публикации содержат краткую информацию о жизни людей, их достижениях, творчестве; перечень произведений; публикации о них в прессе. Помимо этого, в них печатаются тексты самых значительных произведений (если это поэт), обычно 3—5 наименований. Такие памятки выпускаются к персональным книжным выставкам и другим мероприятиям. Широко используются они для работы в читальных залах библиотек района.

Буклеты

Буклетом называют согнутое (сфальцованное) в один или несколько раз "гармошкой", треугольником, "домиком" и т. п. многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.

Применительно к библиотечной специфике выделяют различные жанры буклета: посвященные самой библиотеке, какому-либо значимому направлению деятельности или крупному мероприятию, культурному центру, региону, где находится библиотека. Вместе с рекламным текстом в буклетах помещаются красочные фотографии, иллюстрации. Буклеты издаются на самой лучшей бумаге, они очень престижны. Их обязательно вручают на презентациях, пресс-конференциях, выставках, при заключении договоров и контрактов

Дайджесты

Дайджесты (от лат. digest — краткое изложение) — это фрагменты текстов многих документов (цитаты, выдержки, конспекты, реже рефераты), подобранные по определенной теме, не обеспеченной обобщающими публикациями, и находящиеся в сфере интересов реальных или потенциальных читателей.

Их преимущество в том, что собирается исчерпывающая информация на интересующую пользователей тему: наиболее интересные и важные материалы из периодических изданий и сборников. Переработка разрозненных сведений позволяет предоставлять читателям информацию краеведческого характера, облегчающую пользователям доступ к различным документам.

Отличие дайджестов от проблемно-тематических указателей состоит в том, что единицей группировки при составлении указателей являются документы, а при составлении дайджеста — фрагменты текстов (иногда очень небольшие по объему).

Для дайджестов характерны:

- ◆ узость тематики;
- ◆ различие аспектов рассмотрения проблемы;
- ◆ различие в терминологии, используемой специалистами разных отраслей;
- ◆ возможная противоречивость сведений, несовпадение точек зрения разных авторов.

Подобные дайджесты становятся особенно востребованными в условиях быстро растущего числа периодических изданий, за которыми средний пользователь просто физически не в состоянии уследить.

Структура дайджеста имеет следующий вид:

- ✓ титульный лист;
- ✓ оглавление;
- ✓ предисловие (от составителя);
- ✓ основной текст, обычно разделенный на параграфы;
- ✓ список использованной литературы;
- ✓ приложения (иллюстративный материал — таблицы, графики, диаграммы, раскрывающие основной текст);
- ✓ словарь основных терминов (в случае необходимости).

Сборники

Особое место в деятельности библиотеки занимает подготовка тематических сборников. Они, как правило, посвящены наиболее актуальным темам и юбилейным датам. Выпуск подобных сборников предполагает серьезную подготовку, обращение к различным документам, справочному аппарату библиотеки, каталогам и картотекам.

Они составляются при одновременном действии двух условий: устойчивом читательском интересе к какой-либо проблеме и отсутствии обобщающих книжных публикаций по ней, рассредоточении информации по

широкому кругу источников. Основными этапами составления тематической подборки являются:

- ознакомление с темой, составление рубрикатора (см. предыдущий раздел);
- выявление литературы по теме, составление библиографического списка;
- копирование текстов микродокументов, отраженных в списке и имеющих в распоряжении библиографа;
- группировка текстов документов;
- оформление оглавления тематической подборки и списка просмотренных источников, написание предисловия.

Структура тематических подборок имеет, как правило, следующий вид:

- титульный лист, на котором помимо темы указываются хронологические границы отбора документов или год начала выявления информации, если тематическая подборка пополняется новыми материалами;
- оглавление;
- краткое предисловие (от составителя);
- определенным образом сгруппированные копии текстов документов, а часто и иллюстративный материал;
- библиографический список, отражающий всю выявленную литературу (а не только включенную в подборку в виде копий);
- список просмотренных источников.

Пригласительный билет

Выполненный в форме буклета пригласительный билет обычно фокусирует внимание на конкретном событии: презентации библиотеки в связи с ее юбилеем, переездом, открытием после ремонта и т. п.; вернисаже картин местного художника; встрече с интересным гостем и т. п. Тем не менее, как уже неоднократно подчеркивалось, сверхзадача приглашения, как и других рекламных изданий, — акцентировать внимание на достоинствах библиотеки, продемонстрировать ее высокие возможности.

Тематические подборки

В практике библиотечно-библиографического обслуживания зачастую используются *тематические подборки*. Они состояются при одновременном действии двух условий: устойчивом читательском интересе к какой-либо проблеме и отсутствии обобщающих книжных публикаций по ней, рассредоточении информации по широкому кругу источников. Основными этапами составления тематической подборки являются:

- ◆ ознакомление с темой, составление рубрикатора;
- ◆ выявление литературы по теме, составление библиографического списка;
- ◆ копирование текстов микродокументов, отраженных в списке и имеющих в распоряжении библиографа;
- ◆ группировка текстов документов;

- ◆ оформление оглавления тематической подборки и списка просмотренных источников, написание предисловия.

Структура тематических подборок имеет, как правило, следующий вид:

- ◆ титульный лист, на котором помимо темы указываются хронологические границы отбора документов или год начала выявления информации, если тематическая подборка пополняется новыми материалами;
- ◆ оглавление;
- ◆ краткое предисловие (от составителя);
- ◆ определенным образом сгруппированные копии текстов документов, а часто и иллюстративный материал;
- ◆ библиографический список, отражающий всю выявленную литературу (а не только включенную в подборку в виде копий);
- ◆ список просмотренных источников.

Правила оформления печатных изданий.

Существуют несколько несложных правил оформления этих изданий.

1. Многокрасочные объявления заметнее черно-белых на 65%.
2. Объявления в 1/4 полосы, вытянутые в столбец, привлекают больше внимания, чем квадратные и вытянутые вдоль.
3. Косое расположение текста — скорее недостаток, чем достоинство.
4. Высококачественная иллюстрация побуждает прочитать текст в полтора раза больше людей, чем рядовая.
5. Одна большая иллюстрация лучше множества маленьких.
6. Для привлечения рекламы к "скучному" объекту можно использовать иллюстративный материал, не имеющий отношения к самой услуге, однако между ними должна обязательно иметься ясно просматриваемая связь, понятная и объяснимая в короткой фразе.
7. Фотографии известных людей в качестве иллюстрации привлекают значительное внимание, но затмевают рекламируемый объект.
8. Параметры страницы. При установке величины полей, прежде всего, необходимо определить, односторонняя или двухсторонняя печать будет использоваться. При *односторонней* печати содержимое печатного издания располагается только на одной стороне печатного листа (такая печать часто используется при оформлении докладов, рефератов, диссертаций и т. п.). В этом случае различают верхнее, нижнее, левое и правое поля. При подготовке журнальных и книжных изданий используется *двухсторонняя печать*. Здесь различают так называемые зеркальные поля, а также вместо левого и правого полей используют понятия внутренних и внешних полей.

Многовековым опытом издательства книг было установлено, что достаточно большие поля снижают нагрузку на зрение и облегчают восприятие информации, в то время как маленькие поля такую нагрузку

существенно увеличивают. Кроме того, были выработаны некоторые соотношения между величинами полей. Самым маленьким должно быть поле около переплета (иногда его называют корешковым), т. е. левое поле — при односторонней печати и внутреннее — при двухсторонней. Несколько более широким должно быть верхнее поле. Следующее — правое, или внешнее, поле, и самое большое — нижнее. Такая величина полей объясняется особенностями человеческого зрения. Глаз человека видит середину каждой вертикальной линии несколько выше, чем она расположена на самом деле, поэтому середина полосы набора должна быть несколько выше середины страницы. При просмотре разворота издания внутренние поля сливаются в одно большое, из чего следует, что для улучшения зрительного восприятия полосы должны быть несколько сдвинуты внутрь.

Программный уровень поддержки.

Под программным уровнем понимается совокупность программ, необходимых для создания издания. Условно его можно разделить на несколько конкретных компьютерных технологий:

- технология обработки изображений;
- технология полиграфического дизайна;
- технология собственно настольной издательской системы.

Компьютерные технологии издательского дела

<i>Технология</i>	<i>Основные операции с объектами</i>	<i>Программные продукты</i>
Технология обработки изображений (растровая графика)	Создание и обработка иллюстративных материалов: ◆ преобразование готовых изображений, созданных на каком-либо материальном носителе в цифровую форму; ◆ создание иллюстративных материалов сразу в цифровом виде	Adobe Photoshop, Corel Photo-Paint, Fractal Design Painter, Micrografx Picture Publisher
Технология полиграфического дизайна (векторная графика)	Разработка самостоятельных графических продуктов: фирменные знаки, логотипы, визитки, бланки, объявления, афиши, приглашительные билеты, открытки и т. п.	Adobe Illustrator, Corel DRAW, Macromedia FreeHand, Micrografx Designer

Технология собственно настольной издательской системы	Разработка издания (газеты, книги, журнала, брошюры, многостраничного документа) с помощью персонального компьютера. Может включать в себя результаты технологий графики и полиграфического дизайна	Adobe PageMaker, QuarkXPress, Corel Ventura, Microsoft Publisher, Microsoft Word
---	---	--

Литература.

1. Доморацкий В.П., Белоколенко М.В. Наглядность в работе библиотеки: системный подход: Методическое пособие. – М.: «Издательство Либерея», 1999. – 56 с.: ил.
2. Информатика. 10-11 класс / Под ред. Н. В. Макаровой. — СПб.: Питер, 2003. - 300 с: ил.
3. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама: Практич. пособие. — М.: Либерея, 1997. — 96 с.
4. Сулова И. М. Практический маркетинг в библиотеках: Учебно-методическое пособие. — М.: Издательство "ЛИБЕРЕЯ", 2004. —с. 125-126