

Издательская деятельность библиотек: методические рекомендации

Среди средств воздействия на состояние библиотечного дела, содержание и качество работы библиотек особое место принадлежит издательской деятельности. Сегодня она стала распространенной формой информационной и просветительской деятельности библиотек.

За последние годы издательская деятельность библиотек значительно расширилась как по количеству наименований, так и по видам и типам изданий. Этому способствует постоянно совершенствующаяся материально-техническая база библиотек и стремление библиотечных специалистов соответствовать времени.

Для завоевания авторитета читателей и уважения широкой общественности современной библиотеке не достаточно обладать только квалифицированным персоналом, богатым фондом и передовыми технологиями предоставления доступа к информации, хотя и эти составляющие в немалой степени способствуют повышению привлекательности библиотеки. Необходимо искать новые пути взаимодействия, как с отдельными пользователями, так и с целыми подразделениями и даже организациями, задействовав при этом все имеющиеся в арсенале библиотеки ресурсы.

В пособии представлены терминология, регламенты и образцы издательской продукции библиотеки.

Основная задача пособия – практическая помощь специалистам библиотек, расширение знаний об издательском деле в библиотеке.

Цели и задачи издательской деятельности

Автоматизация библиотечно-библиографических процессов и формирование на их основе электронных библиографических и фактографических ресурсов привели к развитию издательской деятельности библиотек.

Издательская деятельность - подготовка к выпуску или подготовка и выпуск изданий любого вида.

Издательская продукция библиотек создается собственными силами сотрудников. Она формируется, в основном, на основе собственных фондов.

Печатная продукция оказывает эффективную помощь в информационно-библиографическом обслуживании, помогает созданию положительного имиджа библиотеки.

Деятельность библиотек направлена на решение следующих задач:

- Формирование информационно-коммуникационного пространства библиотеки
- Организация диалога библиотеки с населением
- Создание положительного образа библиотеки у населения
- Содействие продвижению книги и чтения
- Реклама фонда библиотеки
- Воспитание культуры чтения
- Сохранение историко-культурного наследия, в том числе краеведческого и этнокультурного
- Отображение креативной личности библиотекаря-профессионала

Одной из важных задач издательской деятельности является содействие продвижению книги и чтения. Тесным образом связана с этим реклама библиотечного фонда. Любое выпущенное библиотекой издание содержит в своей основе рекламу.

Большое значение для продвижения книги и чтения имеет рекомендация литературы в виде тематических или отраслевых библиографических пособий, распространяемых как в библиотеках, так и на сайтах библиотек.

Посредством своих изданий библиотека формирует у читателя определенный языковой и литературный «вкус». Издательская деятельность помогает библиотеке выступать в роли эксперта, осуществляющего отбор и оценку наиболее значимых работ из издательского потока. На это ориентированы библиографические издания библиотеки, как печатные, так и электронные.

В своих изданиях библиотека рекомендует высокоинтеллектуальную литературу, лучшие произведения, отражающие всю красоту русского языка, особенность его стилистических возможностей.

Другой не менее важной задачей издательской деятельности можно назвать воспитание культуры чтения, а через это и повышение общего уровня культуры личности.

Издательская деятельность, направлена на создание положительного образа библиотеки. Достигается нужный эффект посредством выпуска рекламно-информационных изданий различных форм и своеобразием их подачи.

Издательская деятельность направлена на стимулирование профессионального взаимодействия между библиотеками. Таковую задачу преследует периодика, издаваемая библиотеками, сборники различных научно-практических конференций и форумов. Газеты и журналы (как в печатной, так и в электронной форме) не только содействуют сближению библиотекаря и читателя, но и помогают формировать внутрикорпоративную культуру библиотеки.

Издательская деятельность библиотек направлена и на сохранение историко-культурного наследия, в том числе краеведческого, этнокультурного характера.

Все материалы, имеющиеся в библиотеке по изучению и сохранению наследия родного края (города, района), можно оформить в виде сборника, что позволит заполнить лакуны в историко-культурном знании. Ярким примером являются календари знаменательных дат, которые послужат справочником по истории и культуре родного края (города, села).

Издательская продукция библиотеки формируется, в основном, на основе собственных фондов. Работая над созданием очередного печатного продукта, необходимо помнить, что только актуальное по теме, не содержащее грамматических и прочих ошибок, хорошо оформленное издание будет способствовать созданию положительного образа библиотеки в сознании читателей и коллег. В противном случае эффект может быть обратным.

Виды издательской продукции

Как уже говорилось выше, издательская деятельность направлена на создание положительного образа библиотеки у населения. Достигается нужный эффект посредством



выпуска *рекламно-информационных изданий различных форм*. Это могут

быть закладки и буклеты о библиотеке и ее услугах, афиши и объявления к выставкам и мероприятиям, организованные и проводимые библиотекой,

пригласительные билеты на библиотечные мероприятия, календари, визитки и др.

Закладка – листовое издание удлиненного формата, напечатанное на плотной бумаге и содержащее разнообразные изображения и (или) рекламные сведения (ст. 2.6.3.4 ГОСТ 7.60-2003). Привлекательная черта закладки — возможность кратко информировать пользователей по конкретному вопросу или теме.

Такая издательская продукция удобна в обращении (закладка может служить для того, чтобы отметить нужную страницу в издании), а еще на выпуск такой малой формы уходит меньше затрат, как финансовых, так и трудовых. Темы закладок могут быть следующими: «Алгоритм поиска в систематическом

каталоге», «Поиск книги в алфавитном каталоге», «О библиотеке», «Услуги библиотеки» и др.

Также можно выпускать серию закладок, каждая из которых затрагивает актуальную тему для определенной группы населения и является своеобразной рекламой новых книг, поступивших в фонд библиотеки, например, «Жилищные споры», «Как грамотно, продать, купить, обменять квартиру» и др.

Одним из разновидностей библиотечной печатной рекламы является **рекламный буклет** – престижное специальное цветное издание, отпечатанное на качественной бумаге, сфальцованное (в один или несколько раз) и представляющее какую-либо организацию (в данном случае, библиотеку) или определенный перечень товаров и услуг.

Сотрудники библиотек выпускают рекламные буклеты, посвященные самой библиотеке, какому-либо значимому направлению деятельности или крупному мероприятию, родному краю, творчеству писателей. Вместе с рекламным текстом в буклетах помещаются красочные фотографии, иллюстрации.

Буклеты издаются на самой лучшей бумаге, они очень престижны. Их обязательно вручают на презентациях, выставках, юбилеях библиотеки, поселка, района.

Пригласительный билет обычно акцентирует внимание на конкретном событии: встрече с интересным гостем, презентации новой книги, открытии выставки прикладного и народного творчества, вернисаже картин местного художника, празднике библиотеки в связи с ее юбилеем, открытием после ремонта и т. п.;

Задача приглашения, как и других рекламных изданий, - обратить внимание потенциального пользователя на библиотеку, продемонстрировать ее высокие возможности.

Календари – справочные издания с последовательным перечнем дней года или полугода небольшого формата. Они выполняют не только рекламную, но и информационную функцию.

Аналогичные функции выполняют и **визитки (визитные карточки)** – листовые издания миниатюрного формата (50x90мм), содержащие сведения о сотруднике организации (в данном случае – библиотеки) или самой организации.

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 выпускаются 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.

Большим спросом у читателей пользуются памятки-пособия: «Как правильно написать конспект», «Как составить резюме», «Сочинение: секреты успеха», «Культура чтения», «Увлекательный

мир фэнтези». Библиотекари обращаются к таким темам как: «ГОСТ 7.20-2000. Библиотечная статистика», «Методика составления библиографического пособия», «Правила библиографического описания», «Выставки в библиотеке» и др.

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 могут быть персональные памятки краеведческого характера. Обычно 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. Часто такие памятки выпускаются к персональным книжным выставкам и другим мероприятиям.

Самыми востребованными читателями на сегодняшний день являются **рекомендательные списки литературы**, составленные в соответствии с целевым и читательским назначением, раскрывающие наиболее важные и актуальные темы, и представляющие собой аннотированные списки как новых (поступивших в фонды библиотеки) так и уже имеющихся книг в библиотеке, а также статей из периодических изданий.

Рекомендательный список литературы – библиографическое пособие с простой структурой (ГОСТ 7.0-99). Произведение, представляющее собой упорядоченную совокупность библиографических записей с простой или сложной структурой. (ОСТ 29.130-97).

Сотрудниками библиотеки выпускаются рекомендательные списки литературы: в помощь учебному процессу (как показывает опыт, больше всего такие списки необходимы учащимся школы и ТПУ, студентам колледжей и вузов, а также преподавательскому составу), в помощь воспитательному процессу, в помощь потребителям правовой информации, в помощь садоводу-любителю, в помощь работникам сельского хозяйства, списки на тему выбора профессии, здорового образа жизни, предпринимательства и др.

В целях продвижения книги и чтения в библиотеках выпускают тематические или отраслевые библиографические указатели.

Библиографический указатель – библиографическое пособие значительного объема со сложной структурой и научно-справочным аппаратом. (ГОСТ 7.0-99).

Календарь знаменательных дат – календарь-ежегодник, включающий выборочный перечень дней года, связанных с какими-либо памятными событиями и сведениями об этих событиях (ст. 2.5.4.1 ГОСТ 7.60-2003).

Календарь устроен так, чтобы им было удобно пользоваться: знаменательные события отечественной и мировой истории

распределяются в начале всех разделов; краткая информация о писателях-юбилярах разделяется по разделам: «Отечественная литература» и «Зарубежная литература»; юбиляры живописи, музыки, театра и кино расположены в общем разделе: «Живопись, музыка, кино, театр».

Сборники. Особое место в деятельности библиотеки последних лет 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 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
- список просмотренных источников.

Среди тематических сборников можно выделить **сборники сценариев**. Они, как правило, посвящены юбилейным датам, творчеству писателей и поэтов.

Выпуск подобных сборников предполагает серьезную подготовку, обращение к различным документам, справочному аппарату библиотеки, каталогам и картотекам, базам данных и ресурсам сети ИНТЕРНЕТ.

Буклет - 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 (от лат. *digest* — краткое изложение) — это фрагменты текстов многих документов (цитаты, выдержки, конспекты, реже рефераты), подобранные по определенной теме и содержащие наиболее интересные материалы, перепечатанные из других изданий.

Их преимущество в том, что собирается исчерпывающая информация на интересующую пользователей тему: наиболее интересные и важные материалы из периодических изданий и сборников. Прежде всего, это касается краеведческих изданий библиотеки. 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.

Дайджесты используются нами как в индивидуальной работе с читателями, так и при организации книжных выставок, проведении массовых мероприятий.

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).



Правила оформления печатных изданий

Полезно запомнить несколько несложных правил оформления печатных изданий:

1. Многокрасочность (объявления, выполненные в цвете, 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.

Часть 4. Программный уровень поддержки издательской деятельности

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

Часть 5. Стандарты по издательскому делу и библиографической деятельности

ГОСТ 7.0-99 – Информационно-библиотечная деятельность, библиография. Термины и определения.

ГОСТ Р 7.0.3-2006 – Издания. Основные элементы. Термины и определения.

ГОСТ Р 7.0.4-2006 – Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления.

ГОСТ Р 7.0.5-2008 – Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления.

ГОСТ 7.1-2003 – Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

ГОСТ 7.5-98 – Журналы, сборники, информационные издания. Издательское оформление публикуемых материалов.

ГОСТ 7.12-93 – Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила.

ГОСТ 7.23-96 – Издания информационные. Структура и оформление.

ГОСТ 7.55-99 – Основные положения систем стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.

ГОСТ 7.60-2003 – Издания. Основные виды. Термины и определения.

ГОСТ 7.80-2001 – Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.

ГОСТ 7.86-2003 – Издания. Общие требования к издательской аннотации.

Список использованной литературы:

1. Матлина, С. Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама: Практик. пособие /С.Г. Матлина.- М.: Либерия, 1997. — 96 с.
2. Опыт лучших – на вооружение всем библиотекарям: Сборник докладов / Сост. О.Н. Садоковская. - Тюхтет: Тюхтетская МБС, 2011. - 116 с.
3. Протопопова, Е.Э., Кузакова. Е.В. Издательская деятельность библиотеки /Е.Э. Протопопова, Е.В. Кузакова. -М.: Литера, 2009. -96 с.
4. Сулова, И. М. Практический маркетинг в библиотеках: Учебно-методическое пособие/ И.М. Сулова. — М.: Издательство "ЛИБЕРЕЯ", 2004. —с. 125-126
5. <http://www.myshared.ru/slide/734150/>
6. <http://www.novbibl.narod.ru/izdat.htm>
7. http://www.chaltlib.ru/articles/Library/spetsialistu/ucheba/shkola_obuchenija_osnovam_bibliotechnojj_professii/zanyatie_9/