**Издательская деятельность**

**библиотек**

Методические рекомендации





Уважаемые коллеги!

В последнее время большое значение приобрела издательская деятельность библиотек, как одно из направлений информирования пользователей, продвижения книги и чтения.

Издательская продукция способствует не только продвижению книги и чтения, воспитанию культуры чтения, но и создает положительный образ библиотеки у населения.

Данные методические рекомендации помогут познакомиться с видами информационно-библиографических пособий и методикой их составления. Рекомендации содержат основные требования, которыми следует руководствоваться при подготовке изданий к печати.

Желаем успехов!

**ВИДЫ ПЕЧАТНОЙ И БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Библиографические пособия можно разделить на две группы: **пособия крупных и пособия малых форм.**

Крупными формами признано считать библиографические указатели, путеводители, очерки и обзоры, библиографические антологии и энциклопедии.

Малые формы библиографии – списки литературы, памятки, закладки, листовки, планы чтения и т.д.

Чаще всего библиотеки используют в своей работе **малые формы рекомендательной библиографии** (списки литературы, памятки, закладки, листовки, планы чтения и т.д.). Они оперативны, помогают своевременно донести до читателя информацию о новой литературе, писателях, учебных заведениях, обо всем, что интересно пользователю. Такие пособия отличаются мобильностью, актуальностью, умением реагировать на различные ситуации.

Существуют и другие виды библиографических пособий: закладки, буклеты, памятки, рекомендательные списки, планы чтения; реже издаются библиографические указатели. Большое распространение приобрели также такие информационно-библиографические пособия как дайджесты.

**БУКЛЕТ**

**Буклетом** называют красочное, хорошо иллюстрированное издание в виде одного листа печатного материала, согнутого любым способом в один, два или несколько раз «гармошкой», треугольником, «домиком».

Выделяют разные виды буклетов. Самый распространѐнный из них - буклет, посвящѐнный библиотеке, а также конкретному еѐ отделу и направлению работы. Буклет часто выполняет функцию путеводителя по библиотеке, информируя гостей о ресурсах и услугах библиотеки; может быть использован в качестве пригласительного билета на заседания клуба, встречи. В виде буклетов можно оформить и рекомендательные списки литературы, особенно для детей. Этот вид рекламной продукции вручают посетителям, раскладывают среди книг в фонде, у каталогов, дарят.

Главное назначение буклета – показ книги или других документов, с помощью фотографий при минимуме текста. Иногда весь текст буклета сводится к коротким надписям под иллюстрациями. Имея самые различные размеры, объѐм и варианты фальцовки, это издание является весьма удобным и охотно используется читателями.

**Примеры буклетов:**



**ДАЙДЖЕСТ**

**Дайджест** *-* это фрагменты текстов многих документов (цитаты, выдержки, конспекты), подобранные по определенной теме, и находящиеся в сфере интересов реальных или потенциальных читателей.

Создается по актуальным темам, включает в сокращенном виде публикации из периодических изданий. Каждый фрагмент, извлеченный из текста, должен сопровождаться ссылкой на описание документа в целом.

Объем может быть разным: от нескольких страниц до 100 страниц. Структура дайджеста: титульный лист, оглавление, вступление, основная часть. Список литературы может находиться в конце каждого разделе или в конце дайджеста.

**Примеры дайджестов:**



**ЗАКЛАДКА**

*Библиографическая закладка* – одна из малых форм рекомендательной библиографии, цель которой – пробудить читательский интерес к определенной книге, автору или теме.

Библиографическая закладка представляет собой полосу бумаги разного размера (чаще узкую). На одной стороне закладки помещается название и изображение обложки книги, к которой она составлена (заглавная книга), а на обратной стороне содержится информация о других изданиях, близких к ней по тематике или жанру, которые имеются в фонде или список других произведений этого же автора.

Наряду с художественной литературой закладка может включать и научно-популярную литературу по этой же теме.

Формат закладки: 1/3, 1/4 ширины альбомного листа. В закладке дается обычно до 10 названий. Здесь можно использовать не только индивидуальные, но и групповые аннотации, тексты, связывающие книги между собой.

*Информационная закладка* отличается от библиографической отсутствием рекомендательного списка. Если информационная закладка посвящена молодому писателю, то она, как правило, содержит информацию об этом писателе, его фотографию, фото обложки его книги, небольшой отрывок из произведения. Желательно, чтобы в информационной закладке указывалось наличие данной книги в фонде библиотеки и/или ссылка на интернет-ресурс, с которого взята информация. Закладка близка к плану чтения, но, в отличие от него, отталкивается не от темы, а от конкретной книги.

**Примеры закладок:**



**ЛИСТОВКА**

**Листовка** – недорогой вид печатной рекламы. Как правило, это одно или двухстороннее малоформатное издание без сгиба.

Достоинство листовки – дешевизна и возможность использовать в разнообразных целях. Прежде всего, их рассылают по почте в виде приглашений посетить библиотеку, воспользоваться еѐ услугами. При этом лаконично рассказывают о еѐ ресурсах, указывают адрес, режим работы, схему маршрута. Вручают листовку вновь записавшимся читателям в библиотеку. В форме листовок готовятся также библиографические списки, приглашения на выставки, вечера встречи.

**Примеры листовок:**



**ОБЗОР**

**Библиографический обзор** представляет собой связное повествование о документах (произведениях печати). Вариантами библиографического обзора являются беседы и рассказы о книгах.

Цель обзора — заинтересовать читателей определенной группы актуальными проблемами, помочь в изучении наиболее доступной и интересной литературы по какой-либо теме, произведений того или иного писателя. При этом сначала характеризуются: тема, значение творчества писателя, а затем рекомендуются книги и статьи по теме.

Переходя от простого к более сложному, от конкретных вопросов к более общим, читатель получает из книг определенный объем знаний.

В конце издания обычно приводятся алфавитные списки названных в обзоре произведений.

**Примеры обзоров:**



**ПАМЯТКА**

**Памятка** предназначена для помощи читателям в первоначальном знакомстве с книгами о деятельности какого-либо лица или об общественно значимом событии. Памятка рекомендует читателю минимум литературы, связанной с памятной датой, узким вопросом.

*Персональная памятка* – создается обычно к знаменательным или памятным датам, имеет целью познакомить читателя с основными произведениями определенного лица (писателя, деятеля культуры и т.д.) и помочь в изучении его жизни и творчества.

Разделы памятки следуют друг за другом в определенном порядке:

введение, краткая биографическая справка или описание событий, обзор публикаций или рекомендательный список литературы.

Часто библиотекари оформляют памятки в виде буклета, т.е. издания в виде одного листа печатного материала, согнутого в два или более сгибов

**ФЛАЕР**

**Флаер** - красочно оформленная рекламная карточка (листовка) небольшого размера, сообщающая о проведении какого-либо мероприятия. При изготовлении флаера часто указывают тему, дату и время проводимого мероприятия, его участников, а при необходимости - схему проезда. Основное отличие флаера от листовки – более плотная бумага, которая дольше сохраняет внешний вид флаера. Также плотная бумага придаѐт флаеру презентабельный вид. Наиболее распространѐнные форматы флаеров: 10х7 см, 10х15 см, 20х10 см.

**Примеры флаеров:**



**Правила оформления печатных изданий**.

**Издательское оформление.** Создавая библиографическую продукцию можно применять шрифты различных видов и размеров, при этом необходимо соблюдать их единообразие.

Текст должен быть выполнен через 1- 1,5 интервала. Высота букв, цифр и других знаков не менее 12 размера шрифта.

Издания в 1/4 полосы, вытянутые в столбец, привлекают больше внимания, чем квадратные и вытянутые вдоль, а косое расположение текста — скорее недостаток, чем достоинство.

**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.

**Нумерация страниц.** Страницы издания должны иметь порядковую нумерацию. Для нумерации страниц в издании применяют только арабские цифры. Страница обложки в нумерацию страниц издания не включается.

**Оформление иллюстраций.** Яркая выразительная обложка украшает издание и привлекает к нему внимание читателей. Многокрасочные издания заметнее черно-белых на 65%. Однако, элементы внешнего оформления должны раскрывать основное содержание пособия, а если оно серийное, то необходимо выдерживать единые принципы художественного оформления во всех выпусках серии.

Одна большая высококачественная иллюстрация лучше множества маленьких, она побуждает прочитать текст в полтора раза больше людей.

Для привлечения внимания к "скучному" объекту можно использовать иллюстративный материал, не имеющий отношения к самому изданию, однако между ними должна обязательно просматриваться связь.

Фотографии известных людей в качестве иллюстрации привлекают значительное внимание, но затмевают рекламируемое издание.

Создавая библиографические пособия, необходимо помнить о том, что надо отбирать качественную информацию, с учѐтом определѐнного читательского интереса. Желаем успехов!