МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
"ЦЕНТРАЛИЗОВАННАЯ БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА
ШЕБЕКИНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА"
ИНФОРМАЦИОННО-БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ: АКТУАЛЬНОСТЬ И ТВОРЧЕСКИЙ ПОДХОД

Шебекино, 2020

ББК 78.04
Б59

Составитель:

заведующая информационно-библиографическим отделом
МБУК «Централизованная библиотечная система»
О. А. Морщакова

Б59 Библиографические пособия : актуальность и творческий подход : сборник методических материалов по итогам работы семинара 16 июля 2020 г. / МБУК «Централизованная библиотечная система» ; сост. О. А. Морщакова. – Шебекино, 2020. – 46 с.

© Централизованная библиотечная система
Шебекинского городского округа, 2020 г.

От составителя

Издательская деятельность является важным составляющим направлением в работе библиотек и носит многоплановый характер. Цели издательской деятельности многогранны:

- формирование информационно-коммуникационного пространства библиотеки;
- содействие продвижению книги и чтения;
- воспитание культуры чтения;
- сохранение историко-культурного наследия.

В сборнике вы познакомитесь с консультациями по различным направлениям издательской деятельности библиотеки, видами издательской продукции, методикой их подготовки, с требованиями к оформлению изданий и особенностями нового ГОСТа.

Материалы сборника направлены на повышение профессиональной компетентности библиотечных специалистов в вопросах издательской деятельности и овладении навыками подготовки библиотечных изданий. Пособие предназначено специалистам библиотек различного уровня.

Издательская библиографическая продукция: современные тенденции развития

Консультация

О. А. Морщакова,
заведующая ИБО
МБУК "Централизованная библиотечная система"

Библиография, удивительная область деятельности,
она воспитывает точность, эрудицию и
основательность, основательность во всех смыслах.
Д. С. Лихачев

Основная задача любой библиотеки - обеспечение свободного и неограниченного доступа к информации, удовлетворение современных информационно-библиографических потребностей пользователей. Согласно ГОСТу библиографическая продукция – информационная продукция, содержащая библиографическую информацию. То есть наличие библиографического списка или библиографической записи отличает библиографическое пособие от информационного.

Основным видом библиографической продукции является библиографическое пособие. Согласно ГОСТу библиографическое пособие – это упорядоченное множество библиографических записей. Библиографические пособия можно разделить на две группы: пособия крупных и пособия малых форм. Крупными формами признано считать библиографические указатели, путеводители, очерки и обзоры, антологии, энциклопедии. Малые формы библиографии – списки литературы, памятки, закладки, листовки, планы чтения и т. д. Остановимся на каждой форме более подробнее.

Библиографический очерк посвящается важному историческому явлению, событию, судьбе конкретного человека. Тема очерка должна быть интересной, иметь отношение к современной жизни или нести новые сведения о прошедших событиях. Представляет собой краткое изложение разных материалов: литературно-художественных произведений, критических статей,рецензий, воспоминаний.Количество источников зависит от темы очерка, но для его создания необходимо отобрать наиболее существенные, желательно 7-10 книг, статей.

Каждый источник изучается, из него выделяются мысли, факты, фрагменты, цитаты. Потом всё объединяется в одну цепь пересказа.В конце очерка дается список литературы, на основе которого готовится библиографический очерк. Перечень книг указывается в алфавитном порядке авторов. Аннотации не приводятся, так как содержание книг раскрыто в тексте очерка.

Традиционно очерк, как правило, состоит из следующих разделов: предисловие, биографический очерк, основные даты жизни и деятельности, список произведений личности, литература о его жизни и деятельности.

Библиографический указатель – библиографическое пособие значительного объема со сложной структурой и научно-справочным аппаратом. Библиографический указатель отражает документы и другие материалы, раскрывающие какую-либо тему. Это определяет сложность его структуры. Библиографические указатели в большинстве своем имеют справочно-поисковый аппарат, основными элементами которого являются предисловие, содержание и вспомогательные указатели. Чем больше в указателе различных вспомогательных указателей, тем шире его поисковые возможности. Главная задача вспомогательных указателей – помочь тем, кто использует издательскую продукцию выборочно, быстро разыскать внутри сплошного текста и другого

материала издания сведения об интересующем его лице, событии, предмете, теме. Основные требования к указателям:

- максимальная полнота отражения в указателе содержания издания;
- точность адресных ссылок, без которых указатель не убыстряет, а замедляет поиск или вовсе не выполняет своей задачи;
- строгое соблюдение алфавитного порядка, так как его нарушение ведет к тому, что читатель не найдя заголовка на том месте, где он должен быть по алфавиту, делает вывод, что в издании нет информации о предмете или имени.

В основном используется одноколонное расположение вспомогательных указателей, а для больших форматов – двухколонное или трехколонное расположение. Указатели набирают шрифтом меньшего кегля, чем кегль шрифта основного текста.

*Путеводитель – о*собый жанр библиографического пособия, который отражает библиографическую продукцию и помогает пользователю ориентироваться в основных источниках информации. Например, вы решили создать путеводитель. В него войдут все, ранее вышедшие библиографические указатели, списки литературы, пристатейные списки, справочники, электронные ресурсы, в том числе и сайты Интернет. Это очень сложный тип библиографического пособия, поэтому прежде чем называть пособие путеводителем подумайте, соответствует ли он данной форме.

Дайджест – краткое изложение; информационный продукт, который содержит краткие аннотации и основные положения статей, или в котором сжато передается содержание самых интересных публикаций за какой-то период. Основная их функция – донести до читателя только главные идеи и факты, которые содержатся в источнике. Дайджесты могут содержать аналитические обзоры, статистические данные, фрагменты текстов публикаций,

официальные и нормативные документы, подобранные по определенной теме. Каждый фрагмент, извлеченный из текста, сопровождается ссылкой на описание документа в целом.

Структура дайджеста имеет следующий вид:

- титульный лист;
- предисловие (от составителя)
- основной текст, обычно разделенный на параграфы;
- список использованной литературы;
- содержание.

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

Также особое внимание библиотеки уделяют созданию пособий малых форм: закладок, буклетов, памяток, информационных листов, флаеров и др. Они мобильны, способны оперативно откликаться на актуальные события.

Библиографическая памятка – пособие малой формы, посвященное обычно определенному историческому событию или лицу, приуроченное чаще всего к его юбилею. Содержит библиографическую информацию в виде списка или беседы о книгах, а также фактические сведения по теме.

.

Цель памятки – познакомить с основными произведениями определенного автора и помочь в изучении его жизни и творчества. Для памятки отбирают наиболее ценные и доступные источники, небольшие по объему: воспоминания, книги документального и биографического характера, произведения художественной литературы разных жанров, статьи из журналов и газет. Разделы памятки следуют в определенном порядке:

- предисловие с краткой биографической справкой;
- краткий обзор важнейших произведений;
- краткий список литературы о жизни и творчестве.

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. Можно наладить выпуск серии закладок, каждая из которых затрагивала бы актуальную тему для определенной группы населения и являлась своеобразной рекламой новых книг, поступивших в фонд библиотеки.

Буклетом называют согнутое в один или несколько раз "гармошкой", треугольником, "домиком" многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.

Листовка – печатный листок с текстом информационного характера. Листовку отличают актуальность содержания, сравнительно большой тираж, оперативность выпуска и распространения, кратковременность использования.

Флаер – красочно оформленная рекламная карточка, сообщающая о проведении какого-либо мероприятия или несущая важную информацию в кратком виде.

Работа по составлению библиографических пособий складывается из подготовительного,основного и заключительного этапов.

Подготовительный этап включает в себя выбор и изучение темы, разработку плана-проспекта, выявление документов по теме пособия.На основном этапе осуществляется библиографический отбор и библиографическая группировка записей. Заключительный этап подготовки библиографического пособия включает в себя подготовку справочного аппарата, редактирование и оформление библиографического пособия.

Отличительной чертой крупных изданий является наличие обложки. На обложке приводится название издания. Яркая выразительная обложка украшает издание и привлекает к нему внимание читателей. Многокрасочные издания заметнее черно-белого 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.

Если вы хотите, чтобы ваше издание выполняло свою основную функцию, а именно - привлекало читателя, сделайте его современным! Помните, дизайн не стоит на месте, визуальная культура меняется очень быстро и требует к себе особого внимания. Каким же должно быть оформление обложки или титульного листа? Для оформления обложки или титульного листа обычно используются два вида фото: портрет того кому посвящено издание и сюжетное фото по теме издания.Фото на обложке может быть разных размеров, одно или несколько – все на усмотрение автора. Эффектно смотрится титульный лист с фотографией или картинкой на весь разворот.

Такой вариант служит отличным фоном. Обложку издания можно оформить с помощью фотоколлажа. Фотоколлаж – это соединение нескольких изображений, объединенных общей темой. Приём фотоколлажа позволяет сделать обложку книги более выразительной, более эффектной. Минимальное количество изображений для коллажа – два. Также в фотоколлаж могут быть добавлены и какие-то графические элементы.В интернете можно найти много программ для создания фотоколлажей. Предлагаю вам бесплатный сервис для фотоколлажа MyCollages.ru https://mycollages.ru/. Данный сервис позволяет нам легко и быстро создавать невероятные коллажи онлайн, абсолютно бесплатно.Программу не нужно устанавливать. Переходим по ссылки и начинаем работать. Перед тем как создать коллаж из фото, вам надо выбрать его шаблон. В меню предложено 2 вида: стандартные и креативные шаблоны. Выбираем в меню шаблон и кликаем использовать.Теперь необходимо загрузить те фотографии, которые вы хотите использовать. Для этого в пустых окошках нажмите на розовый значок в той области, куда хотите установить картинку, после чего укажите путь к ней. Размещаем в пустых окошках фото в любом порядке. Программа оснащена обширным каталогом функций. В меню «Настройки» можно менять размер коллажа, радиус границ, их основной цвет. Если нужен определенный формат (А3, А4, А5), то его можно выбрать в выпадающем списке. При необходимости можно сделать надпись. Когда наш фотоколлаж готов нажимаем «Сохранить».

Так же для оформления обложки или титульного листа применяют паттерн. Сегодня декор в виде паттернов является очень популярным, поскольку, с одной стороны, эффектно выглядит, а с другой, выступает как знак современных тенденций. Паттерн - не просто веселые картинки, это повторяющийся набор графических фигур или символов.

В интернете есть сервисы для создания несложных паттернов онлайн, можно паттерны скачивать из интернета готовые.Предлагаю вам познакомится с сайтом Pattern Векторная графика https://pixabay.com/ru/illustrations/шаблон-площадь-фиолетовый-2483043/. Сайт бесплатный. Регистрация не нужна. Заходите по ссылке, выбираете понравившийся паттерн, кликаете на него и нажимаете «Бесплатная Загрузка». Скачивается паттерн в виде картинки, который дальше можно использовать для работы. Также одним из основных изобразительных элементов издания является шрифт. Сегодня представления о шрифте немного поменялись. Шрифт становится полноценным изображением. Строки, буквы могут очень близко стоять друг к другу. Они могут сталкиваться или, наоборот, подталкивать друг друга. При этом важно, чтобы шрифт был красив и интересен. Хочу познакомить вас с конструктором 3 D текста онлайн. Конструктор надписей прост в работе. Выбираете понравившейся шрифт. Набираете свой текст. Слева есть меню, где вы выставляете кегль шрифта, межстрочный интервал, интервал между буквами. Затем сохраняете и вставляете в вордовский документ.

Еще один генератор текста https://gfto.ru/index/outline_logo_text_effect/0-110, также прост в работе. Выбираете понравившийся шрифт, пишите свой текст, выбираете кегль, интервал между буквами и сохраняете.

Следующее на что необходимо обратить внимание – это цвет. Зачастую дизайнеры стараются не использовать больше трёх цветов в одной обложке. Использовать два цвета всегда хорошая идея! Возьмите яркий цвет: синий, желтый, красный и добавьте к нему базовый черный, темно-синий или, например, белый. В итоге вы всегда получите макет без перебора, лишних деталей и при этом гармоничный во внешнем виде. Чтобы проверить сочетание цветов воспользуйтесь цветовым кругом.

При помощи круга можно подобрать цвета, которые хорошо сочетаются, выбрать безопасные варианты и найти самые смелые сочетания. Все это легко сделать онлайн. В поисковой строке забиваете «Цветовой круг онлайн». Выберите на цветовом круге курсором необходимый цвет и программа предложит максимально подходящие оттенки.

Сегодня современная библиографическая продукция должна быть интересна читателю,выросшему в эпоху виртуальной реальности и цифровых технологий. А значит создавать ее надо в форме, способной удивить и захватить пользователя. Сегодня познакомитесь с некоторыми сервисами, которые можно использовать для создания издательской продукции.Первый сервис Canva https://www.canva.com/.В редакторе Canva можно создавать плакаты, памятки, закладки, видео, также фотоколлажи, буклеты, флаеры, открытки.

Еще один конструктор с которым вы познакомитесь это Venngage https://ru.venngage.com/templates/posters. Vanngage – сервис для создания визуального контента: плакаты, афиши и инфографика. Можно пользоваться готовыми шаблонами или разработать свой. Существует бесплатная версия и платная. В бесплатной версии есть различные шаблоны, иконки, шрифты, но в премиум-аккаунте предусмотрено больше возможностей.

Еще я хочу вас познакомить с онлайн-сервисом Google Формы, который позволяет создавать тесты и опросы, отправлять их другим пользователям и получать ответы в таблицу Google.

Эффективное использование вышеперечисленных ресурсов при подготовке библиографической продукции позволит библиотекам идти в ногу со временем, делая свои услуги перспективными и более доступными.

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ПРОДУКЦИЯ: основные требования к оформлению Консультация

О. А. Морщакова,
заведующая ИБО
МБУК "Централизованная библиотечная система"

Одним из важнейших направлений библиографической деятельности является создание библиографической продукции различного вида и содержания. За последние годы издательская деятельность библиотеки значительно расширилась как по количеству наименований, объему, тиражу, так, и по видам и типам изданий. Этому способствует стремление библиотечных специалистов соответствовать времени. Работая над созданием очередного печатного продукта, необходимо помнить, что только актуальное по теме, грамотно и эстетично оформленное издание, будет способствовать созданию положительного образа библиотеки. Чтобы завоевать внимание пользователей, библиотеки должны быть заинтересованы в выпуске качественных издательских продуктов и придерживаться в своей работе требований стандартов по издательскому делу и библиографической деятельности. У каждого типа пособия своя структура, но есть и общее, что их объединяет. Основными элементами издательской продукции являются:

- титульный лист;
- от составителя;
- основной текст
- библиографический список, если пособие библиографического характера;
- выпускные сведения.

Первый лист издания – титульный лист. Назначение титульного листа – сообщить читателю главные сведения. Выходные сведения − комплекс элементов, характеризующих издание и предназначенных для его оформления, информирования потребителей, библиографической обработки и статистического учета.На титульном листе располагают следующие элементы выходных сведений:

Надзаголовочные данные - сведения о наименовании организации, от имени которой выпускается издание. Надзаголовочные данные помещают в верхней части титульного листа.

Заглавие издания. Самое главное требование – точность заглавия. Рекомендуется, чтобы заглавие кратко и как можно точнее определяло содержание издания или выражало его смысл и в то же время было привлекательным для читателя.

В конце заглавия точка не ставится. Заглавие в кавычки не берется. Исключение составляет заглавие-цитата. Такое заглавие заключают в кавычки, обозначая опущенные слова или незаконченность цитаты многоточием. Не допускается выпуск изданий без заглавия.

Подзаголовочные данные помещают на титульном листе под заглавием. В зависимости от вида издания подзаголовочные данные могут включать: сведения, поясняющие заглавие, вид издания, сведения о читательском адресе. Знак не должен быть меньше шрифтов, используемых на этой полосе.

Выходные данные приводятся в нижней части титульной страницы. В состав выходных данных входят только: место выпуска издания, год выпуска издания.

Прежде чем начинать оформлять титульный лист издания, следует заложить необходимые параметры страницы печатаемого материала.

При подготовке издательской продукции рекомендовано соблюдать следующие размеры: верхнее – 1,5 мм; нижнее– 1,5 мм; правое или внутреннее – 1,75 мм; левое или наружное – 2 мм.

На обороте титульного листа в обязательном порядке выносятся следующие элементы выходных сведений:

1.Классификационный индекс ББК. Его располагают в левом углу листа, набирается на один кегль меньше, чем кегль основного текста.

2.Авторский знак. Он состоит из первой буквы фамилии автора и двузначного числа,соответствующего начальным буквам этой фамилии или заглавия. Определяется на основе «Таблиц авторских знаков двоичных» Л. Б. Хавкиной. Эта таблица есть в электронном виде.

3.Сведения об ответственности (составитель, редактор, автор вступительной статьи). Сведения выделяют полиграфическими средствами: курсивом или жирным. Перед именем составителя следует приводить слова, определяющие характер проделанной работы: «составитель», «составил», «автор-составитель», «редактор-составитель», «выборку сделал», «обобщил», «подобрал», «разработал».

4.Библиографическое описание издания.

5.Краткая аннотация, если она необходима.

6.Знак охраны авторского права (располагается в правом нижнем углу). Далее следуют наименования правообладателя и год выпуска издания. Без каких-либо знаков препинания в конце. Эти элементы выходных сведений являются обязательными.

Основные требования к оформлению содержания:

1.Для названия содержания используют слово «Содержание». Не допускается применять слово «Оглавление».

2.По издательской традиции в Российском издании содержание располагают в конце издания.

Содержание переносят в начало, когда очень важно, чтобы именно с него началось чтение, когда этого требует замысел автора или когда конец издания перегружен вспомогательными указателями и другими элементами аппарата. Название содержания приводят отдельной строкой и выделяют полиграфическими средствами. Набирают содержание чаще всего шрифтом меньше на 1 кегль, чем кегль шрифта основного текста. В содержании указывается только начальный номер страницы, без слова «страница» и сокращения «стр». Если содержание делается в таблице, границы таблицы должны быть скрыты.

4.Очень часто основному тексту издания предшествует вступительная или сопроводительная статья, либо предисловие. Предисловием должно открываться любое, даже сравнительно небольшое пособие. Предисловие должно сообщить читателю, что ему нужно принять во внимание. Предисловие чаще всего содержит материалы:

- о значении темы издания;
- о способе размещения материала;
- об отраженных в пособии документах;
- целевого и читательского назначения;
- о принципе отбора материала;
- перечисляются имеющиеся вспомогательные указатели;
- указывается верхняя хронологическая граница отбора материала.

В предисловии можно дать информацию об авторе, о том, как создавалось произведение и другие сведения. Заголовок предисловия чаще всего бывает типовым, безличным: «Предисловие», «От составителя», «К читателю». Предисловие к изданию допустимо набирать шрифтом, кегль которого меньше, чем кегль основного текста.

Оформление эпиграфа имеет свои правила, которые необходимо соблюдать:

- эпиграфы набирают всегда шрифтом меньше на 1 кегль, чем кегль шрифта основного текста;
- эпиграф обычно выделяют курсивом. В кавычки текст эпиграфа не заключают. В конце эпиграфа ставят точку или иной,необходимый по смыслу знак;
- фамилия автора, его инициалы после текста эпиграфа не включаются в скобки, после них не нужно ставить точку;
- эпиграф обычно помещают в правый край полосы;
- в эпиграфе приводимая цитата должна в точности воспроизводить цитируемый текст, без изменений. Знаки пунктуации в цитате должны быть расставлены так же, как в авторском тексте. Если цитируется лишь фрагмент отрывка, то на месте пропуска по правилам ставится многоточие;
- если в эпиграфе дается иностранный текст с переводом, то его набирают разными начертаниями шрифта (часто основной текст курсивом, а перевод – прямым).

Основные требования по оформлению основного текста:

- текст должен быть выровнен по ширине страницы, набран шрифтом Times New Roman, кегль – от 12 до 14;
- межстрочный интервал – 1,15;
- абзацный отступ «красной» строки 1мм;
- никаких переносов в словах в основном тексте не допускается;
- заголовки по всему тексту оформляются единообразно. Точка в конце заголовка не ставится. Переносы слов в заголовках не допускаются;
- если в текст включается стихотворение, его располагают по середине страницы, оформляется по всему тексту единообразно;
- слова в тексте должны разделяться одним пробелом.

Страницы издания должны иметь нумерацию, для которой применяют только арабские цифры. Номер страницы ставится в нижнем правом углу или в центре нижней части листа без точки. Нумерация должна начинается с третьей страницы. Титульный лист, оборот титульного листа в общую нумерацию включается, но номера на них не ставятся. Последний лист издания так же не нумеруется.

Следует отличать при наборе два знака: тире и дефис. Дефис – короткая черточка (-) используется, в основном, при наборе сложных слов, при переносах слов и от предшествующих, и последующих слов не должен быть отбит пробелами. Тире – длинная черточка (–). Это пунктуационный знак. Чаще всего тире отбивается справа и слева пробелом. Между числительными, выраженными числами, в значении «от и до» (10–15) тире используется без отбивки. Тире и дефис никогда не переносятся на следующую строку. Обратите внимание, что в библиографическом описании используется тире, то есть длинная черточка.

Текст внутри таблицы оформляют тем же шрифтом, что и в остальной работе, но без использования отступа первой строки. При больших массивах данных текст внутри таблицы может быть выполнен шрифтом на 1–2 кегля меньшим, чем основной текст работы, интервал может быть одинарным. Заголовки столбцов выравнивают «по центру», названия строк – «по левому краю».

Если наше издание предполагает наличие библиографического списка, то описание должно соответствовать последнему ГОСТу. На данный момент — это ГОСТ 7. 0. 100 - 2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Рекомендовано использовать слова «Список литературы», «Библиографический список».

Библиографические записи должны быть пронумерованы и оформлены в алфавитном порядке. На последней странице указываются выпускные данные издания: юридическое имя издателя и его адрес.

Создавая издательскую продукцию, необходимо помнить о том, что надо отбирать качественную информацию, с учѐтом определѐнного читательского интереса. Хочется отметить, что усилия библиотекарей по созданию печатной продукции не остаются незамеченными. Благодаря творчеству, фантазии, профессионализму сотрудников библиотек и, конечно, умением работать с новыми информационными технологиями, выходят в свет удивительные издания, с помощью которых рекламируются и продвигаются услуги библиотеки, повышается имидж и авторитет самой библиотеки в глазах общественности и коллег.

Новое поколение выбирает: комиксы, как вид издательской продукции

Консультация

И. Ф. Матушкина,
ведущий библиограф ИБО
МБУК "Централизованная библиотечная система"

Мы с вами живем в веке новых технологий. Современные библиотеки не стоят на месте, активно шагают в ногу со временем. На сегодняшний день библиотеки осваивают новые формы привлечения читателей, в том числе и для молодого поколения, которое не должно оставаться в стороне. И конечно, эти изменения касаются издательской деятельности библиотек. Наряду с привычными для нас формами издательской продукции, выявляются новые. Я бы сказала – креативные! Среди них – создание комиксов. Об этом вы, наверное, слышали. Этот процесс сегодня захватывает новые пространства. Читая комиксы, пользователи пробуют себя в качестве сценаристов. Некоторые комиксы являются переложением классических произведений на язык визуальной культуры. Их цель заинтересовать начинающего читателя сюжетом, расширяя кругозор и приглашая к чтению первоисточника. С комиксами каждый из вас не раз встречался. Давайте разберемся, что же такое комикс?

Комиксы – это серия рисунков с кратким текстом, образующее связное повествование, как единую художественно-образную систему. Существует много разновидностей комиксов. Это и супергеройские, графические романы, манга – японские комиксы, веб-комиксы, фотоновеллы. Речь в комиксе изображается и передается с помощью словесного облака.

Наиболее серьезным видом комикса является графический роман. Это произведение на стыке комикса, литературы и кино. Среди жанров графических новелл выделяют: детективы, историческую литературу, истории реальной жизни, мифы, легенды, документалистику. Предлагаем рассмотреть основные жанры комиксов и, что они из себя представляют:

Научная фантастика – действие разворачивается в будущем, герой путешествует во времени. Конфликт строится вокруг научных, политических, социальных проблем.

Ужастик – предполагает наличие тайны, мистической силы. Содержание фактов о монстрах, указанных в фольклорных произведениях.

Военный – максимальная достоверность в изображении персонажей и деталей.

Сюжет – реальные или вымышленные события, акцент на битвах, на герое.

Юмористические – наличие молодого персонажа со своим видением мира, который постоянно попадает в переделки, не содержит сложных сюжетных линий.

Детектив – главные герои – преступники и полицейский. Полнота фактов, наличие мотивов.

Романтика – наличие ярких эмоциональных переживаний, оптимистический финал.

Вестерн – действие происходит в XIX веке на Диком западе. Главный герой – ковбой, ищущий приключения. Обстановка и одежда соответствует времени.

Современный комикс – это культурный код и вид искусства, наглядная иллюстрация ценностей и взглядов на мир человечества в определенный момент истории.

Рисованные истории могут наладить диалог между визуальными образами и текстом, привлекая читателя к вдумчивому чтению, с помощью различных стратегий чтения: текстовой и предтекстовой. На сегодняшний момент многие российские библиотеки не только собирают огромные коллекции комиксов, но и сами создают собственные комиксы. Активно осваивают пространство изотекстов. Например, в Российской государственной библиотеке для молодежи с 2010 года открыт «Центр комиксов и визуальной культуры», являющийся лидером в сфере использования рисованных историй в библиотечной работе.

Центр – первая организация в России, занимающаяся непосредственно культурой комиксов, манги и прочих видов рисованных историй. Основатель и первый руководитель Центра– Александр Кунин. В октябре 2011 года в рамках Центра в библиотеке были открыты два зала, в первом был сосредоточен книжно-журнальный фонд, во втором – пространство, оборудованное для выставок, мастер-классов и лекций. Там же, во втором зале, располагались издания на иностранных языках.

За шесть лет работы Центра комиксов (с 2010 по 2016 гг.) была собрана самая большая в России публичная коллекция рисованных историй всех стилей и направлений (более 4 500 тыс. единиц хранения) на русском, французском, английском, финском, немецком, японском, шведском, итальянском, испанском и др. языках. Была выпущена серия сборников под названием «Изотекст» по истории и теории культуры рисованных историй.

Было организовано более 30 региональных проектов и мероприятий в регионах России и за рубежом – в Ангулеме (Франция), Стокгольме (Швеция); более 45 выставочных проектов; проведено более 70 презентаций книг и встреч с художниками, в том числе – с иностранными авторами рисованных историй.

На базе Центра работало шесть клубов на регулярной основе: Комикс-клуб, Манга-клуб, киноклуб «Бардо», Кинокомиксы, Четвертая стена, МультВикенд. В 2017 году Центр был переименован и переориентирован на методическую и исследовательскую работу. Фонд Центра и задачи по обслуживанию читателей были переданы Залу художественной литературы и искусства. Началась работа по формированию Научного фонда Центра рисованных историй и изображений, а также по систематизации накопленного материала для использования его в работе публичных библиотек. Какие же цели перед собой ставит Центр? Они заключаются в следующем: рисованные истории (в т. ч. комиксы, манга и т.п.) рассматриваются как явление визуальной культуры в контексте молодёжного чтения. Еще одной задачей является поддержка сообщества творческих людей, читателей библиотеки, интересующихся комиксами, книжной иллюстрацией и визуальной культурой.

Санкт-Петербург не отстает от своих коллег. «Библиотека комиксов» – первый в Санкт-Петербурге проект, где в отдельном зале представлена коллекция комиксов и графических романов различных жанров. В её фонде – американские, европейские, азиатские и русские комиксы, – в общей сложности около 4000 книг на разных языках в свободном доступе. Коллекция постоянно пополняется.

Кроме того, в библиотеке регулярно проводятся встречи, посвященные культуре графических романов, а также профессиональные мастер-классы по созданию комиксов, техникам рисования, раскадровке от Санкт-Петербургских художников комиксистов, лекции о комикс-деятелях, авторах, направлениях, комикс-выставки и совместные мероприятия с проектами «РЕСПЕКТ», «Палитра». Данный проект был открыт в структуре МЦБС им М.Ю. Лермонтова на базе библиотеки «Измайловская» в конце декабря 2012 года, при содействии организатора международного фестиваля рисованных историй «Бумфест» – Дмитрия Яковлева (издательство «Бумкнига»). На базе библиотеки действует два клуба: «Манга-клуб», посвященный азиатскому комиксу (Япония, Корея, Китай) – клуб собирается раз в месяц, встречи посвящены известным азиатским художникам и новинкам рынка. В 2016 году участники клуба выступили на конференции «Manga around the world», которая прошла в Киотском университете, г. Киото. Япония.

«Клуб супергероев» – на встречах, проводимых два раза месяц, проходят интерактивные лекции, обсуждения супергероики в комиксах, кинолектории. С лета 2016 года совместно с проектом «ComixStudies» (Алексей Павловский) в библиотеке проводится конференция «Наука о комиксах», объединяющая людей, заинтересованных в исследовании комикса. Принимая участие в крупных городских фестивалях, посвященных современной культуре, библиотека на открытых площадках представляет выездную «Библиотеку комиксов». Единомышленником в сфере создания комиксов выступает город Курган. В библиотеке им. В. Маяковского с 2014 года действует «Курганский комикс-клуб».

В Новосибирской областной библиотеке для молодежи создан «Центр графической культуры». Примеров можно привести не мало.

И это говорит о том, что библиотека на сегодняшний день расширяет свои границы и возможности, в том числе по созданию комиксов, привлекая все больше пользователей. А как же обстоит дело с комиксами у наших зарубежных коллег? В библиотеках мира рисованные истории (комиксы, манга) уже давно и активно используются. Причём сфера их применения разнообразна. Комикс актуален и в социальных, и в педагогических, и в целях организации досуга молодёжи. И конечно же, вопросы правильного использования комикса – предмет для регулярных дискуссий на библиотечных форумах.

Если взять американские библиотеки, то графические новеллы продолжают расширять сферу своего влияния за границы замкнутого, сложно структурированного мира литературной реальности, получая поддержку в образовании и библиотечном сегменте книжного рынка. Весной 2011 года в колледже Провиденса (штат Род-Айленд, США) состоялась Первая конференция «Искусство комикса в школах Новой Англии» (NECAC). В конференции принимали участие библиотекари, художники, преподаватели и издатели с целью утвердить комиксы, как инструмент обучения.

Конференция была ориентирована больше на преподавателей и библиотекарей, чем на поклонников комиксов. Обсуждались вопросы использования графических новелл в классах, их привлекательность для подростков, многогранность визуальных форм повествования. С одной стороны, комиксы были представлены как способ увлекательного вовлечения ребят в процесс обучения, а с другой – как современный инструмент,

затрагивающий актуальные общественные проблемы и дающий возможность учащимся обсуждать основные текущие события.

Опыт у наших зарубежных коллег велик, но российские библиотеки тоже стараются не отставать и внедрять новые технологии для привлечения пользователей. Комиксы можно рисовать самим, используя графические приёмы, а можно с помощью программного обеспечения (как платного, так и бесплатного).

Comic Life – пользовательский интерфейс не только позволяет создавать комикс быстрее чем прежде, но и предоставляет доступ к более продвинутым функциям. Например, новый дизайнер градиентов позволяет создавать сложные линейные и радиальные градиенты для создания превосходных надписей. Новая панель форматирования предоставляет быстрый доступ ко всем параметрам управления стиля, включая выбор шрифта и цвета.

Pixton – среди бесплатных возможностей сервиса: подбор готовых шаблонов, героев, фонов и перенос объектов по сцене с правильным их расположением по слоям. Даже самостоятельный выбор позы и мимики для персонажей доступен. Сервис также предлагает платный вариант использования, в котором можем вручную менять вид шаблонных героев, создавать собственных персонажей, сцены, фоны.

Chogger – еще один бесплатный сервис для разработки мем комиксов в онлайн режиме. У него неплохой арсенал инструментов и список стандартных персонажей.

Это наполовину готовые комиксы по играм или фильмам. Более того, есть возможность самостоятельно рисовать героев и вставлять картинки, в том числе сделанные на веб-камеру. Полезной опцией является и пошаговое кадрирование комиксов.

Comic Master – интерактивный сайт с простым интерфейсом и управлением. Он подойдет для тех, кто не знает, как начать рисовать комиксы. В нем есть неплохой набор инструментов для создания уникальных героев и интересных сюжетов. Благодаря пошаговому мастеру, запутаться вряд ли удастся. Он проводит от этапа создания макета до готового результата, постоянно давая подсказки.

Canva – конструктор комиксов очень прост в использовании даже не нужно быть профессиональным творцом мультиков, художником или дизайнером для воплощения волшебства. Canva поможет создать свой комикс, как настоящий шедевр, которым можно гордиться. Ценителями комиксов являются не только взрослые, но и дети.

Новое требования к библиографическому описанию. Особенности нового ГОСТа Р 7.0.100-2018

Консультация

А. В. Рыбалченко,
ведущий библиограф ИБО
МБУК «Централизованная библиотечная система»

Составление библиографических пособий – одно из важнейших направлений деятельности библиотек. Ежегодно, библиотеки выпускают различные виды печатной продукции для разных категорий пользователей, ориентируясь на их читательские запросы и потребности, учитывая их возрастные особенности. Создавая библиографические пособия, необходимо помнить о том, что нужно уметь правильно составлять библиографическое описание документа. С 1 июля 2019 года начал действовать национальный стандарт ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления» взамен действующего ГОСТа 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание». Новый ГОСТ регламентирует описание всех видов документов, в том числе описание электронных сетевых ресурсов. Соблюдение норм библиографического описания зачастую вызывает сложности, тем более, что с введением каждого нового ГОСТа эти нормы, ориентированные на международную нормативную базу , усложняются.

Рассмотрим основные изменения в ГОСТ 2018: название осталось прежним, а в обозначениях произошли изменения: Р – обозначает, что это Российский национальный стандарт,7.0 – обозначает причастность данного стандарта к системе СИБИТ ,

100 – это порядковый номер стандарта в системе СИБИТ, 2018 дата утверждения данного стандарта. Новый ГОСТ – это национальный стандарт РФ, и стандартное библиографическое описание впервые утверждено в качестве национального стандарта, т.е. действует только в России.Требования ГОСТа 7.1-2003 распространялись на все страны СНГ и он имел статус межгосударственного стандарта.

Стандарт не вносит серьезных изменений в правила оформления библиографической информации. Его задача состоит в приведении библиографической информации в соответствие международным стандартным правилам библиографического описания (ISBD – International Standard Bibliographic Description), на основе которых и были разработаны многие положения этого документа. В новой редакции есть определение ресурса, пришедшее на смену документу. Единицей хранения в прошлых ГОСТ были различные документы: рукописные, официально изданные, размещенные на носителях информации (CD-ROM, Flash, микрофильмы). Т.е. теперь не документ, а информационный ресурс. Информационный ресурс – это искусственно созданный или природный объект, являющийся источником информации в любой форме, в любой знаковой системе, на любом физическом носителе. Авторы постарались избежать возможных неточностей и добавили в стандарт понятные инструкции по каждому типу ресурсов. Особое внимание составители ГОСТ уделили электронным ресурсам. Текст предыдущего стандарта (ГОСТ 7.1-2003) был не доработан, оставлял немало вопросов и поводов для размышлений. Ключевые определения были оформлены в виде ссылок на другие официальные документы и положения. Теперь же, все важные определения и термины собраны в третьем разделе ГОСТ Р 7.0.100-2018. Общие положения ГОСТ Р 7.0.100-2018 также дополнены новыми комментариями, упрощающими работу с описаниями.

Например, каждой области описания определенного вида ресурса соответствует предписанный источник информации – один или несколько.

Изменилась внутренняя структура стандарта: внутри разделов, посвящённых областям описания, приведены основные положения, применимые ко всем видам ресурсов, затем – специальные правила, которые дополняют информацию, необходимую для описания специфического вида ресурса, или представляют собой исключения из общего правила. Изменилась структура самого библиографического описания как по количеству и составу областей и элементов, так и по названиям отдельных областей. Для соответствия с международным библиографическим описанием в структуру национального стандарта введена новая область, которая является нулевой. Она называется «Область вида содержания и средства доступа» и занимает место после всех областей описания. Новая область заменила элемент «Общее обозначение материала», который удалён из стандарта. Это главная новация национального стандарта. Другие нововведения в составе существующих областей и элементов не являются столь радикальными. Всего получается 9 областей описания. Рассмотрим область вида содержания и средства доступа. Эта область содержит сведения о природе информации, содержащейся в ресурсе, и средстве, обеспечивающем доступ к нему. Область получила номер 0, чтобы не разрушать сложившуюся нумерацию областей и обозначить в самом начале библиографической записи основную форму, в которой выражено содержание ресурса, а также тип 22 средства/носителя, использованного для передачи этого содержания. Однако нулевое положение области далеко не идеально, вызвало большие сомнения и нарекания в библиотечном сообществе.

Поэтому разработчики национального стандарта приняли решение расположить Область вида содержания и средства доступа после всех областей в конце описания. Таким образом, она стала не нулевой, а девятой областью.

Действительно, в стандартах и правилах описание было по большей части описанием по «внешним качествам» – по оформлению выходных сведений, количественным параметрам, а нулевая область на первое место выдвинула «внутренние качества» – содержание произведения с его качественными характеристиками. Вид содержания отражает основной вид информации, имеющейся в ресурсе. Термины для обозначения вида содержания это:

- движение;
- звуки;
- изображение;
- музыка;
- текст;
- электронные данные.

Термин «звуки» используют для ресурса, содержание которого выражено посредством звуков, производимых животными, птицами, природными источниками звуков, а также подобных звуков, воспроизводимых человеческим голосом или цифровыми либо аналоговыми средствами (например, аудиозаписи пения птиц, криков животных, шумовых эффектов). Термин «звуки» не распространяется на записи музыки и речи. Термин «изображение» используют для ресурса, содержание которого выражено посредством линии, формы, штриховки и т. п. и предназначено для зрительного восприятия. Изображение может быть неподвижным или движущимся, двух- или трехмерным (например, репродукции произведений искусства, гравюры, фотографии, карты,

рельефные карты, стереографии, видеозаписи).Термин «изображение» не распространяется на такие картографические ресурсы, как глобусы, модели рельефа и трехмерные поперечные сечения. Термин «текст» используют для ресурса, содержание которого выражено посредством записанных слов, символов и чисел. Примерами являются книги, журналы, газеты (печатные, электронные), а также рукописи, письма и другая корреспонденция. Для ресурса, содержание которого не может быть выражено ни одним из вышеперечисленных терминов, приводят обозначение «другой вид содержания». Для ресурса, смешанное содержание которого может быть выражено тремя терминами или более, приводят обозначение «разные виды содержания». Характеристика содержания – это факультативный элемент. Характеристики содержания уточняют природу информации, наличие или отсутствие движения, размерность и способ сенсорного восприятия объекта описания. Характеристики содержания, применимые к объекту описания, приводят после термина вида содержания в круглых скобках со строчной буквы. При использовании нескольких терминов их разделяют предписанным знаком «точка с запятой». Для обозначения средства доступа используют термины: аудио; видео; непосредственный; электронный. Термин «непосредственный» используют для ресурсов, содержание которых доступно для использования или восприятия без специализированного устройства непосредственно органами чувств человека. Термин «электронное» используют для ресурсов, содержание которых доступно с помощью компьютера. Соответствующий термин приводят после вида содержания (или его характеристики) со строчной буквы, ему предшествует предписанный знак «двоеточие».

В новом ГОСТе появились новые статусы элементов библиографического описания. В старом 2003 ГОСТе были обязательные элементы и факультативные. В настоящее время добавлена ещё одна группа – это условно-обязательные элементы, которые содержат расширенную информацию о ресурсе. Это значит, что библиографическое описание по составу может быть кратким, расширенным и полным.

Обязательных элементов стало меньше. Например, потеряли статус обязательных: сведения об ответственности, относящиеся к изданию; сведения об ответственности, относящихся к дополнительным сведениям об издании; сведения об ответственности,относящиеся к серии или подсерии; сведения о системных требованиях. Эти элементы стали условно-обязательными. В некотором смысле это облегчает работу, т.к. для определенных библиографических пособий (для списков литературы к научной статье или диссертации) обязательных элементов, которые нужно приводить , стало меньше. И, например, такие сведения, как примечание системных требований можно опускать (это довольно большой блок сведений), но для некоторых информационных центров такие сведения являются обязательными. Элементы специфической области материала или вида ресурса присущи не всем видам ресурса, а только определенным (например, картографические ресурсы в них обязательно указание масштаба; нотные ресурсы – в них обязательное указание нотного текста; сериальные ресурсы, где приводятся сведения о нумерации). Добавлено новое примечание об URL (сведения об адресе электронного ресурса сети Интернет) и дате обращения для электронных ресурсов сетевого распространения.

Следующее важное изменение касается сокращению слов в библиографическом описании.

Одно из основных изменений – сведение к минимуму сокращений. В ГОСТе принято такое правило: при составлении БО не сокращают слова и словосочетания, которые входят в состав сведений, относящихся к заглавию, сведений об ответственности, а также слова, обозначающие тематическое название издателя.

И если в ГОСТе 7.1-2003 делалось исключение для аналитического описания, то теперь его нет. При описании составной части ресурса нельзя сокращать заглавие идентифицирующего документа, т.е. названия журналов, сборников и других источников, в которых находится статья или глава. Например, ранее издатель мог сокращать такие города, как Москва (М.), Санкт-Петербург (СПб.),Ростов-на-Дону (Ростов н/Д), то сейчас названия места издания необходимо раскрывать. Это касается и вида издания, и сведений о лицах, принимающих участие в выпуске издания (составителе, редакторе, переводчике и др.), и даже названия издательства. Слова, используемые для обозначения выпусков сериального ресурса («выпуск», «том», «часть», «книга», «квартал» и т. п., названия месяцев, времен года), приводят в сокращенной форме. Но сокращение отдельных слов и словосочетаний в описании обязательно должно соответствовать ГОСТ 7.11 и ГОСТ Р 7.0.12. Главным условием сокращения слов является однозначность их понимания и обеспечение расшифровки сокращённых слов. Не следует сокращать слова в тех случаях, когда это может исказить или сделать не ясным смысл текста описания, а также затруднить его понимание. Сведения об ответственности – изменились правила, касающиеся количества приводимых сведений об ответственности, и это изменение продиктовано желанием более полно и широко отразить в описании создателей документов, особенно авторов – как первой и основной категории творцов произведений.

Отменено «правило трёх», вместо него вводятся следующие правила: в описании могут быть приведены сведения обо всех лицах и/или организациях, указанных в источнике информации.

Допускается сокращать количество приводимых сведений. В этом случае в сведениях об ответственности указывают:

- имена одного, двух, трёх или четырёх авторов. При наличии информации о пяти и более авторах приводят имена первых трёх и в квадратных скобках сокращение «[и др.]»;
- имена одного или двух других лиц каждой категории (кроме авторов), выполняющих одну и ту же функцию. При наличии информации о трёх и более лицах приводят имя первого лица каждой категории и в квадратных скобках сокращение «[и др.]».

В области примечания изменения коснулись обязательности приведения некоторых сведений для разных видов электронных ресурсов. Для электронных локальных ресурсов обязательны:

примечание об источнике основного заглавия (осталось обязательным лишь для электронных локальных ресурсов);

примечание о системных требованиях – условно-обязательное.

Для электронных ресурсов сетевого распространения:

- примечание об электронном адресе ресурса в сети интернет – обязательное;
- дата обращения к ресурсу – обязательно;
- примечание о режиме доступа – условно-обязательное.

Электронный адрес ресурса в сети «Интернет» приводят после аббревиатуры URL (Uniform Resource Locator). После электронного адреса в круглых скобках указывают сведения о дате обращения к ресурсу: слова «дата обращения», число, месяц и год.

Для статей в электронных журналах указывают дату публикации (вместо даты обращения), библиографические сведения указывают в описании в том виде, в каком они даны в источнике информации.

Между инициалами автора, художника, составителя и т.д. ставится пробел. После фамилии автора в области заглавия и сведений об ответственности обязательно ставится запятая.

Обязательно пробел ставится перед и после двоеточия (как элемента библиографического описания). В тексте применяются правила пунктуации и пробел не ставится. Еще одно замечание касается использования индекса ISBN, который в изданиях, выходивших до 1981 года, обычно не проставлялся. Если в списке литературы необходимо указать библиографические издания прошлых лет, то возможно его отсутствие.

При библиографическом описании ресурса полностью указывается количество страниц, затем через пробел ставится маленькая буква «с». При описании части ресурса, как и периодического издания, прописывается сначала большая буква «с», а потом номер использованной страницы. В конце библиографического описания ставится точка.

Социальные сети – как средство продвижения чтения и услуг библиотеки
Консультация

А. А. Малышева,
заведующая сектором
автоматизации библиотечных процессов

Традиционно сложилось, что вежливый человек – тот, кто не чавкает за столом, уступает место и приветливо здоровается при встрече. Однако для современного человека уже недостаточно соблюдать правила светского этикета, чтобы считаться культурным. Человеку, живущему в информационный век, теперь нужно еще соблюдать и цифровой этикет. Культура цифрового общения – пожалуй то, что нужно освоить учреждениям культуры в первую очередь, когда они выходят в интернет. Цифровой этикет помогает общаться так, чтобы не раздражать аудиторию и не доставлять собеседнику лишних неудобств. Касается это и деловой переписки, и общения в мессенджерах, и поведения на форумах, и ведения корпоративных аккаунтов в социальных сетях.Чтобы понять, какие правила цифрового общения самые строгие, а какими можно пренебречь, в мае 2017 года был проведен опрос среди активных пользователей интернета, в нем приняло участие почти 200 человек в возрасте от 20 до 60 лет. В анкете спрашивалось, что раздражает при общении в социальных сетях, в деловой переписке, на форумах, а также каким принципам пользователи стараются следовать, чтобы сделать цифровую коммуникацию эффективной и приятной. По результатам опроса удалось собрать некоторые наиболее важные правила.

Правила деловой переписки:

- приветствовать в начале письма;
- ставить подпись в конце письма;
- не допускать орфографические и пунктуационные ошибки;
- не отправлять рабочие письма в нерабочее время;
- не прикреплять тяжелые файлы;
- не путать кнопки «Ответить» и «Ответить всем»;
- не присылать рабочие документы в мессенджерах;
- обязательно в письмах указывать тему сообщения.

Правила группового общения на форумах, в группах в социальных сетях:

- быть вежливым;
- обращаться к незнакомцам «на вы»;
- не использовать мат и бранную лексику;
- не добавлять людей в группы без спросу;
- не флудить (то есть говорить только по заданной теме);
- не спамить (то есть не публиковать нежелательные рекламные сообщения);
- не переходить на личности в спорах и дискуссиях.

Правила ведения корпоративных аккаунтов в социальных сетях:

- не выдавать чужой контент за свой;
- не делать слишком много постов;
- не постить мемы и баяны;
- не злоупотреблять рекламой своих услуг и своей организации;
- не отмечать людей в постах для привлечения внимания;
- не лайкать самого себя;
- не отмечать людей на поздравительных открытках.

Баян – это повторно опубликованная шутка, картинка или другая информация.

Мем – единица культурной информации (ссылки, тексты, картинки, даже разговорные конструкции), передаваемая пользователями друг другу посредством имитации, научения.

То есть особенность цифрового этикета в том, что любое правило можно объяснить не только принципами вежливости и взаимного уважения, но и технологическими особенностями цифровой среды. Например, почему считается нежелательным отправлять деловые письма в нерабочее (и тем более ночное) время? Т.к у большинства людей на смартфонах стоят уведомления, то ночной e-mail просто разбудит адресата. Или почему считается дурным тоном заводить для организации страницу в социальной сети в формате личного, а не публичного аккаунта? Потому что организация, таким образом, задаром пытается получить возможности активного взаимодействия с аудиторией (лайкать, комментировать, добавлять в друзья). При этом организация теряет доступ к большому количеству функций корпоративных аккаунтов и рискует быть заблокированной социальной сетью. Самый простой способ освоить цифровой этикет – все время задавать себе вопросы:

- Не доставляю ли я кому-то неудобств?
- Не подвергаю ли я кого-нибудь опасности?
- Не отнимаю ли я чье-то время, внимание (и трафик!)?

Ошибки и рекомендации ведения аккаунта библиотеки в социальной сети:

1. Или сообщество или страница. Помните, это рабочая страница, поэтому делать подарки, ставить лайки на личную информацию пользователей, на политические новости – НЕЛЬЗЯ!

2. Аватарки должны быть лаконичные, либо постановочное фото коллектива библиотеки, либо картинка с логотипом, названием библиотеки (однотонный фон и хорошо читаемое название библиотеки);

3. Заголовки должны быть краткие, броские, привлекающие внимание;

4. Если вы добавляете фото, то оно должно сопровождаться пояснением (что, где, когда);

5. Фото мероприятий должны быть загружены в отдельный альбом;

6. Если долго не появлялись в сети, то нужно обозначиться (например, «нас долго не было, но теперь смотрите сколько у нас всего!»);

7. Все публикации сразу выставлять не стоит, лучше соблюдать периодичность;

8. Лучшее время для публикаций с 12 до 15 и с 17 до 20.

9. Доказано, что изображение воспринимается лучше, чем текст (если человека заинтересовало фото, то вероятность того,что он прочитает текст возрастает);

10. Лучше одно хорошее, качественное фото, чем 5 посредственных;

11. Афиша плохо! Лучше написать текст и сделать ссылку на соответствующий сайт. Либо добавить тематическую картинку или фото с прошлых мероприятий с приглашением;

12. Кросспостингу нет – аудитория любой площадки отличается, а значит требует разной подачи и сути;

13.Что публиковать? В первую очередь анонсы, это позволит проинформировать пользователя о предстоящем мероприятии. Сообщения о проведенных событиях, при этом необходимо постараться разместить информацию как можно быстрее, чтобы участники смогли посмотреть на себя, а отсутствующие увидеть то, что они пропустили. А так же, это позволит заинтересоваться работой библиотеки и прийти, чтобы стать читателем;

14.Ваша страница должна быть интересной. Новинки литературы, обзоры книг, виртуальные книжные выставки и другое;

15. Однообразие оформления, единообразие форм – для общего восприятия ресурса;

16. Размещайте информацию систематически,составьте график публикаций и придерживайтесь его. Назначьте ответственного за ведение аккаунта в соцсетях;

17. Проанализируйте конкурентов. Выявив сильные стороны других, сможете исправить свои ошибки;

18. Думайте, прежде чем на что-то ставить класс! Репостов (цитирование сообщений или поста) не должно быть много, это дает ощущение не живой, холодной бездушной страницы;

19. Нацеленность не на количество, а на качество. Добавляя в "друзья " всех подряд, приобретаются чаще всего "мертвые души", а не реальные или потенциальные читатели;

20. Дружелюбие и позитив. Пишите не официально сухо, а как будто обращаетесь к своим товарищам (вежливо, но тепло).

О чем писать? Беспорядочный постинг – это бессмысленная трата времени и сил. Прежде, чем забрасывать читателей непонятной информацией, требуется проработка плана публикаций. Контент-план — это ежемесячный график публикаций. Его удобно вести в виде таблицы, где будет прописано место (пост в, "ВКонтакте", "ОК"), дата и время размещения.В идеале нужно составлять индивидуальный контент-план для каждого канала, чтобы посты были адаптированы под конкретную социальную сеть. Контент-план поможет вам помнить, какие посты и в каких социальных сетях будут публиковаться в ближайшее время и что предстоит сделать: подготовить текст, видео, подобрать фото. Рекомендуется составлять контент-план как минимум на две недели вперёд. Посты в вашем аккаунте должны соответствовать интересам вашей целевой аудитории. Поэтому её нужно хорошо знать и понимать.

Как сделать скучный информационный повод интересным для аудитории?

Во-первых, никогда не копипастите информацию с другого источника. У вашей площадки должен быть собственный стиль, и он должен быть узнаваем. Опубликуйте необычное фото или картинку. Запомните, что слабый пост с сильной картинкой сработает гораздо лучше, чем потрясающе написанный текст с бледной иллюстрацией. Проведите аналогию с другим событием, предложите сравнить ситуацию или персонажа с кем-то. Не стоит забывать,что:

- Юмор. Любое событие может быть забавным, если его правильно подать;
- Участие пользователей в написании контента. И обязательная публикация самого интересного взгляда на событие;
- Опрос. Спрашивать можете, что угодно. Главное, чтобы это соответствовало стратегии и интересовало ваших читателей.

О чем нельзя забывать?

Достоверность фактов. Проверяйте и перепроверяйте информацию. Съехать на то, что это была всего лишь шутка, вы сможете только 1 апреля. А что делать остальные 364 дня в году?

Актуальность информации. Новость о том, что 56 лет и 34 дня назад был запущен первый спутник Земли, даже если вы опубликуете ее на странице, где сидят сплошь фанаты-астрономы, вряд ли кого-то заинтересует.

Соответствие интересам аудитории. Любой редактор скажет вам, что любой информационный повод можно привязать к любому событию. Только зачем? Действительно ли это будет интересно вашей целевой аудитории?

Каждый человек, подписавшийся на вашу страницу, ЛИЧНОСТЬ.

Вы должны удовлетворять его интересы, будь то получение информации, потребность в общении или что-то еще. Он хочет читать только то, что ему интересно. Размещая много совершенно разношерстной информации вы, скорее всего, потеряете подписчиков. Люди не хотят читать то, что им неинтересно; если вы хотите работать для всех, не будете работать ни для кого.

Что делать если времени нет, а нужно срочно опубликовать пост?

Здесь вам помогут проверенные временем средства:

1. Разместите цитату. Идеальный вариант – классики. На помощь вам придут О. Уальд, Э. Хэмингуей, А. Экзюпери. Кстати, благодаря этому вы можете не тратить много времени на поиск картинки, разместив просто фото автора;

2. Интересные факты. Сейчас существует множество сайтов, публикующих такой контент. Факты на них уже разделены по тематикам, так что вам нужно только найти подходящий;

3. Забавная, красивая, нестандартная картинка. Можно предложить подписчикам прокомментировать ее или даже придумать название. Этот, набивший оскомину, способ работает, поэтому его так часто используют;

В завершении, нужно сказать, что единственно правильного алгоритма подготовки контента не существует. В каждом проекте работают совершенно разные форматы материалов, поэтому экспериментируйте и анализируйте результаты, тогда сможете найти идеальное решение именно для своей страницы.

Содержание

От составителя.....4
Издательская библиографическая продукция: современные тенденции развития.....5
Издательская продукция: основные требования к оформлению.....14
Новое поколение выбирает: комиксы, как вид издательской продукции.....21
Новое требования к библиографическому описанию. Особенности нового ГОСТа Р 7.0.100 2018.....30
Социальные сети – как средство продвижения чтения и услуг библиотеки.....39

Муниципальное бюджетное учреждение культуры
«Централизованная библиотечная система
Шебекинского городского округа»
Информационно-библиографический отдел

309292, г. Шебекино Белгородской обл.,
ул. Дзержинского, д. 13.
Телефоны для справок:
тел.: 47248 – 2 – 71 – 97
e-mail: IBO1801@yandex.ru