

Опыт издательской, выставочной, организаторской деятельности рекламно-издательского отдела МБУ ЦБС Прокопьевского района

План выступления

1. Представление
2. Секреты правильного оформления издания
3. Секреты набора текста
4. Секрет библиографического описания презентаций
5. Три слова про знак копирайта
6. Уходим в цифровое пространство
7. Интернет-периодика ЦБС
8. Об Интернет-проектах
9. Секреты работы в соцсетях
10. Пиар библиотеки
11. Выставочная деятельность
12. Секреты оформления выставок
13. Умение выстраивать отношения с властью

Издательская составляющая в деятельности библиотек – дело креативное, требующее изобретательности. В то же время необходимо придерживаться определенных правил при создании рекламных и издательских продуктов в современной библиотеке. Это позволяет библиотекам не только упорядочить редакционно-издательскую деятельность, но и повысить рекламную привлекательность издательской библиотечной продукции. Издательская деятельность, которой мы все с вами занимаемся, в отчетах подразделяется на электронные и печатные издания. Делают их все, или почти все, но вот показать зачастую не могут. Почему? Трудности вызывают **секреты правильного оформления издания**.

1. Красивая обложка – всегда. Пусть тратится время, но качество продукции с цветной обложкой возрастает в разы – и привлекательность тоже. Хотя, не всегда обязательно в цвете, обязательно – стиль, чувство вкуса, контраст.

2. Обязательно проставляйте на обложке или титульном листе возрастную категорию продукта.

3. Если есть заглавие, общее для всех выпусков издания, (например, для периодического издания), то оно должно быть оформлено однотипно и отлично от остальных сведений на титульном листе.

4. На обложке или титульном листе печатного издания указывается издающая организация, причем, соблюдая иерархию: ЦБС, филиал, ПЦПИ.

5. Подзаголовочные данные помещают на титульном листе под заглавием. В зависимости от вида издания подзаголовочные данные могут включать: сведения, поясняющие заглавие; сведения о целевом назначении (официальное издание, научное, учебное, производственно-практическое, справочное, рекламное).

6. Имя составителя приводят на титульном листе в подзаголовочных данных или на его обороте, выделяя полиграфическими средствами. Перед именем составителя следует приводить слова, определяющие характер проделанной работы: «составитель», «составил», «автор-составитель», «редактор-составитель», «выборку сделал», «обобщил», «подобрал», «разработал».

7. Внизу титульного листа или обложки ставится место выпуска издания, соответствующее юридическому адресу, и год выпуска, как правило населенный пункт не отделяется запятой от года – их можно расположить на разных строках. Слово «год» или сокращение «г.» не ставится.

8. Для названия содержания используют слово «Содержание» (не «Оглавление») и располагают его до или после текста издания.

9. Лайфхак – как сшить издание (брошюру) в местных условиях. Пользуйтесь мебельным степлером.

Требования к **оформлению электронных изданий** похожие. Не забываете указать на первом листе (заставке) презентации:

возрастную категорию,
выпускающую организацию,
год выпуска, место выпуска, если хотите.

И название, но тут – осторожно с кавычками. Если есть название и его расшифровка, то никаких кавычек не надо (Если это не цитата, не нарицательное имя) СЕКРЕТЫ ВКУСНОЙ ЖИЗНИ Рецепты бурятской кухни. По статистике кавычек ставят в три раза больше, чем они уместны.

В заключительной части презентаций и в конце буклетов рекомендуется указать составителя, адрес выпускающей организации, ее контакты (телефон или e-mail, тираж).

Чтобы текст в вашем печатном издании смотрелся красиво, необходимо знать **секреты набора текста**:

1. Текст должен быть набран в редакторе Word с соблюдением издательского формата, т.е.

- абзацный отступ «красной» строки задается не пробелами и табуляциями, а с помощью выступа (или не задается совсем);

- весь абзац должен представлять собой одну строку, внутри не должно быть переводов строк;

- никаких переносов, проставляемых вручную;

- таблицы должны быть оформлены средствами Word (вначале формируется таблица с заданным количеством столбцов и строк, затем в нее вносятся данные) – и никак по-другому!;

2. Слова в тексте должны разделяться одним пробелом;

3. Знаки препинания ставятся сразу после слова, без пробела между словом и знаком, а пробел следует сразу за знаком – перед следующим словом;

4. Кавычки и скобки расставляются следующим образом: открывающаяся – вплотную к следующему слову (без пробела), закрывающаяся – вплотную к предыдущему слову, а затем пробел.

5. Пользуйтесь разрывом страницы – он ставится в том случае, если частям или главам необходимо начинаться с новой страницы. К главам это требование не всегда предъявляют, а вот части желательно «разбивать» автоматически (сервис «Разметка» — «Разрыв страницы»), и никогда - вручную Enter. Это необходимо, чтобы текст «не пополз», чтобы в другом текстовом редакторе названия частей не оказались «висящими» в конце предыдущей страницы. Разрыв закрепляет текст на той странице, откуда ему нужно начаться, намертво.

Никогда не ставьте точки в названии глав, стихотворений, статей!

5. И напоследок, несколько советов, как исправить уже принесенный неправильно набранный текст. В редакторе Word есть все необходимые инструменты.

Выделяем текст и во вкладке «Главная» активно пользуемся полем «Заменить». Меняем 2 пробела - на один, пробел и точку - на точку, пробел и запятую - на запятую, знак абзаца и пробел – на знак абзаца.

С выделенным текстом выбираем единый шрифт, размер, во вкладке «Абзац» задаем нулевые абзацные и интервальные отступы, одинарный межстрочный интервал. Выравниваем текст по ширине. Убираем всю от руки проставленную нумерацию и создаем нумерованный список. Всё, красота! И не бойтесь, если сделали что-то не то – помните про кнопку отмены последних действий.

Про библиографическое описание я рассказывать не буду – все по ГОСТУ - профессионалы знают, для непрофессионалов есть шпаргалки (раздать). Но свой секрет есть и здесь. Чтобы описать локальный электронный продукт (презентацию, например), мы делаем так

1. Создаем папку с названием презентации и годом
2. Складываем туда правильно оформленную презентацию
3. Туда же перемещаем сценарий проведения мероприятия в формате ПДФ – для полного сохранения авторского текста
4. Если создаем обложку диска, то тоже сохраняем в эту папку.

5. Измеряем ее вес, и именно эту цифру ставим в описание эл. продукта.

Храним эту папку, содержащую **неделимый действующий электронный** продукт на CD или на жестком диске и по мере надобности – используем.

Три слова про знак копирайта, или знак охраны авторского права © - он представляет собой латинскую литеру С (первая буква слова «copyright»), помещённую в центре окружности. Он используется с именем физического или юридического лица, которому принадлежат авторские права. Также может быть указан объект защиты авторского права. Указывается год публикации или диапазон дат.

Знак охраны авторского права не создаёт дополнительных прав. Он только уведомляет, что авторские права принадлежат указанному физическому или юридическому лицу.

Отсутствие знака не означает, что произведение не защищено авторскими правами, так как согласно Бернской конвенции, авторское право возникает в момент создания произведения, и для защиты авторских прав не требуется регистрация произведения или соблюдение каких-либо иных формальностей.

Знак можно ставить с помощью горячих клавиш (типа Alt+0169), но есть классический и надёжный способ - зайдите в редактор Word и отыщите сверху вкладку «Вставка». Перейдя в нее, вы увидите в самом правом верхнем углу поле «Символ» - первый символ наш.

Ни для кого не секрет, что современная картина финансирования библиотек оставляет желать лучшего. Производство и печатной, и электронной продукции стало финансово невыгодным. На что покупать бумагу, картриджи, диски, спираль для брошюратора? А главное – зачем? Ведь современный читатель самое актуальное и интересное берет из Интернет. Вывод – **надо уходить в цифровое пространство. Уходим!**

Опыт работы издательского отдела ЦБС Прокопьевского района показывает все этапы перехода от классической книги к книге на CD, а затем к книге, размещенной в Интернет.

Еще в 2010 году атлас «Голубое богатство Прокопьевского района», вышедший на компакт-дисках, без гиперссылок, но очень красочный и актуальный для района занял 2 место в общероссийском конкурсе «Библиотеки – экологической науке и просвещению». Это было издание, подготовленное для печати, но «не дошедшее» до типографии – очень уж дорого бы обошлось его издание.

Прошло 8 лет. Книги на диски мы уже не записываем – устройства CD-ROM и DVD-ROM, без которых когда-то не обходился ни один компьютер, уходят со сцены. Зато на сайте МБУ ЦБС Прокопьевского муниципального района в разделе Ресурсы/Книги о районе представлены 15 изданий о районе, всего их выпущено более 30.

Там же располагается вся **Интернет-периодика, выпускаемая нашей ЦБС**. «Библиосоратник» - этот сборник отражает все стороны профессиональной жизни коллектива ЦБС, выпускается силами методического отдела с 2016 года. Включает в себя наиболее интересные выступления с совещаний, материалы обучающих семинаров, отчеты, статьи библиотекарей о насущном, фотографии. Верстается в редакторе Word, хранится и выставляется в виде ПДФ-файла. При необходимости, может быть скачан и распечатан. Гиперссылок нет.

Издание «Вестник краеведения» выпускается с 2005 года, вначале было детищем рекламно-издательского отдела, а теперь выпускается силами краеведческого отдела. Почему издатели передали сборник в отдел? Потому что современные технологии создания периодических изданий просты и элементарны, и лицо, собирающее материал без особых проблем может и выстраивать его в виде сборника. Требования к правильному набору текста одинаковы для всех сотрудников, а превратить собранный материал в ПДФ-файл сейчас сможет даже ребенок.

Рекламно-издательский отдел апробирует новые инновационные способы работы со средой Интернет. И сейчас я расскажу вам о **Интернет-проекте «Звери по соседству»**. Не скрою, идею проекта мы позаимствовали у наших коллег из Санкт-Петербурга, но не просто украли, а написали им письмо с просьбой разрешить воспользоваться идеей. Они разрешили.

Суть проекта заключалась в следующем. Мы создали в соцсети ВКонтакте страницу мероприятия, и объявили конкурс выставленных на страницу фотоисторий. Глобальная цель проекта - пробуждение в людях позитивного и милосердного отношения к окружающему живому миру.

За понравившиеся истории на странице можно голосовать, но, независимо от результатов голосования, итоги конкурса подводили журналисты нашей районной газеты. Победители были награждены, все участники получили электронные сертификаты. А самое главное – именно с помощью этого конкурса был набран материал для красочной электронной книги-альбома «Звери по соседству», которая не только разместилась на сайте ЦБС, но и была распечатана и продемонстрирована на нескольких выставках (на экологических мероприятиях, на Дне района).

Этот проект был представлен на 2 Всероссийской научно-методической конференции «Проектные технологии в современной социокультурной деятельности», прошедшей 15 июня 2017 года в г. Томске и вошел в сборник работ этой конференции. Вот такая инновационная форма работы в Год экологии была проведена издательским отделом нашей ЦБС.

Кстати, первым в соцсетях из библиотек и подразделений нашей ЦБС представился также наш отдел – еще в 2014 году со страницей «Библиокалейдоскоп ПР», теперь она переименована в «Библиоформат». Аудитория страницы – в основном, библиотекари МБУ ЦБС, жители Прокопьевского района. Основной представляемый материал - анонсы, отчеты, новости, фотографии, конкурсы. С 2017 года мы выставляем на странице поздравления всем именинникам ЦБС – с дизайнерским фотопортретом и

стихами. За 2017 год страница набрала 9000 посещений, у нее 170 подписчиков.

Несколько секретов работы в соцсетях

Правильно выбирайте сеть. Сеть «ВКонтакте» пользуется большой популярностью среди школьников, студентов, молодежи. «Фейсбук» посещает более интеллектуальная взрослая аудитория. Быстро растет популярность универсальной сети «Инстаграм». «Одноклассники» хороша для селян. Но в 2016 году в читальном зале библиотеки Гоголя на Ленина был организован лекторий «Тратит ли сообществам время на SMM?» и там прозвучал яркий лозунг «Одноклассники» - сеть для домохозяек». Выберите социальную сеть не только исходя из аудитории, но и из собственного удобства, дальнейших целей, возможности развития. Мой выбор - ВКонтакте.

С 1 ноября 2017 года Рекламно-издательский отдел завел новую тематическую страницу ВК «Библиотечное оформление». Редактор страницы – художник ЦБ Дубова Елена Ивановна. Рисует красиво, интересно, много. Иногда хочется поделиться идеями выставок. Группа рассчитана только на сотрудников библиотек.

С 1 января 2018 года ВКонтакте заработал портал добровольческих инициатив библиотекарей Прокопьевского района «Книга добрых дел». Все хорошее, что делается в библиотеках в Год волонтера, можно выставить на портале. Предполагаю, что к концу Года мы наберем целый «фолиант добрых дел».

Следующие секреты ведения страниц в соцсетях:

Ничего лишнего. Если вы заинтересованы в том, чтобы создать профессиональную страничку, не стоит засорять ее веселыми картинками и разным контентом, который не имеет к вашей деятельности никакого отношения. Необходимо сделать страничку, способную заинтересовать вашу целевую аудиторию.

Актуальность информации имеет значение.

Пользуйтесь обратной связью, комментариями – без них нет жизни.

Обязательно высокое качество работы – хорошие фото + хороший текст.

Создавайте уникальный контент – перепосты всегда менее интересны.

Мыслите креативно. Если при входе на мероприятие «Ночь в библиотеке» сделать фотографии каждого гостя с табличкой с названием мероприятия, а затем выложить все портреты на странице мероприятия – у вас будут активные посещения страницы.

Название группы должно запоминаться. Пользуйтесь рекламой. Станьте носителем рекламы.

Пиар библиотеки. С рекламой тесно связан так называемый паблик рилейшнз (пиар) – Public Relations (PR) – «публичные отношения» - комплекс продуманных и спланированных усилий по установлению атмосферы взаимопонимания между учреждением и его окружением. Говоря

по-простому – это деловой имидж и гармоничные доброжелательные отношения между библиотекой и средой, и в выстраивание этих отношений свой вклад обязаны вносить все подразделения ЦБС – филиалы, отделы, каждый конкретный человек.

Рекламно-издательский отдел ЦБ Прокопьевского района пользуется всеми классическими инструментами и формами пиара:

- издание качественной печатной продукции библиотеки (бюллетени, буклеты, листовки, брошюры, библиографические указатели, рекомендательные списки, календари, справочные издания и др.);
- накопление, сохранение и предоставление информационных массивов (архив дизайнерских разработок, архив документов (положения, описания, конкурсы), фотоархив);
- работа с аудиовизуальной продукцией (создание буктрейлеров);
- работа со средствами массовой информации (ведение соц. страниц, пресс-релизы, участие в научно-практических конференциях, семинарах, выступления в печати и др.);
- стимулирование благотворительной деятельности (социально-культурные акции, участие в социальных программах и др.);
- участие в выставках и ярмарках (разработка и оформление экспозиций, пристендовая и экскурсионная работа и др.).

Выставочная деятельность РИО. Именно рекламно-издательский отдел любой ЦБ является наиболее продуктивным в представлении публике выставочных экспозиций. Почему? В наличии – специалисты, способные разработать макет выставки (художники, дизайнеры), они же, при наличии соответствующей технической и материальной базы, могут создать печатное оформление экспозиции. Наш отдел занимается оформлением выставок не только на библиотечные акции, но и на районные праздники, мероприятия даже областного масштаба.

За 2017 года Рекламно-издательским отделом ЦБС ПР оказана помощь в оформлении выставочных экспозиций на 13 мероприятиях. С представленными выставками ознакомились более 3 тысяч человек.

Есть свои **секреты оформления выставок**, которыми я с вами охотно поделюсь.

Постарайтесь «взять под крыло» все творческие конкурсы вашей библиотеки или ЦБС. Таким образом, всегда будет накапливаться выставочный материал. Если необходимо, сами разрабатывайте Положения и объявляйте конкурс – художественный или литературный, на требуемую тематику. Например, конкурс «Шахтерская каска».

Можно даже организовать специальные мероприятия – художественные пленэры, мастерские, литературные уголки.

Дружите с художниками, мастерами ДПИ, музеями. Знайте их ассортимент.

Создавайте на выставке фотозоны – это веяние времени. Используйте музейные экспонаты, работы мастеров, живые экспонаты.

В выставке должна быть информационная составляющая. Не ограничивайтесь фотозонами, всегда находите место для книг, фотографий, историй. Будьте краеведами - показывайте информацию не общего, а конкретного содержания, реальных людей, интересные предметы.

Работайте на выставке – там должен быть экскурсовод и фотограф. Фотографии потом пусть забирают со страницы в соцсети. Этому я научилась в 2014 году на Олимпиаде в Сочи. Экскурсовод – доброжелательный, улыбчивый, соблюдающий дресс-код, но не слишком строгий по стилю, желателен, снабженный бэйджем с указанием ФИО.

Берегите экспонаты, особенно чужие и ценные.

Мной освещен не весь спектр деятельности рекламно-издательского отдела в современном библиотечном учреждении, но, надеюсь, стали понятны принципы работы – широкий охват форм деятельности, нацеленность на результат, стремление к визуальному совершенству, опора на современные технологии, желание учиться. И еще одним бесспорным принципом работы должно быть **умение выстраивать отношения с властью** – любого уровня. Понимать, что требуется сегодня, идти в ногу с направлением общего движения, поддерживать муниципалитет и помогать ему в решении задач, и тогда можно надеяться, что и властные структуры поймут нашу нужность и оценят нашу готовность идти навстречу.

Сегодня примером такого сотрудничества стала работа библиотекарей по развитию туристических маршрутов по Прокопьевскому району.

Примером такого сотрудничества для ЦБС Прокопьевского района стало участие в акции «Бессмертный полк», которое вылилось в многолетний долгосрочный проект рекламно-издательского отдела по ведению акции в районе. За 5 лет на сайт выставлено более 600 биографий, по району распространено более 400 штендеров.

Еще один пример – работа библиотекарей в районном Музее боевой и трудовой славы, в районном музее спорта, в музее Администрации – как экскурсоводы, дизайнеры, работники по монтажу-демонтажу экспозиций.

Работы не становится меньше, и это радует. Это дает надежду, что без нас в районе не обойдутся, что мы необходимые, интеллектуальные, креативные, способные меняться и учиться. Потому что мы – библиотекари, мы сила!