

Ждём вас по **АДРЕСУ:**
606310, Нижегородская обл.
р.п. Д. Константиново,
ул. Советская, д.87
**Центральная
библиотека им.Н.И.Кочина**

Контактный телефон:
(8-268) 5-14-78, 5-23-51

E-mail: dk_cbs@mts-nn.ru

Сайт: dk-biblkochin.ru



Издательская деятельность библиотек : методические рекомендации

Составитель – М. В. Лесогор-Осенкова

Дальнее Константиново

2023

Коллеги!

Предлагаю вашему вниманию информационный буклет с методическими рекомендациями по издательской деятельности в библиотеках.

Библиотеки выпускают информационно-библиографическую продукцию для разных категорий пользователей, ориентируясь на их читательские запросы и потребности, учитывая возрастные особенности.

Издательская продукция библиотек создается ее же сотрудниками. Она формируется, в основном, на основе собственных фондов. Неуклонно увеличивающийся информационный поток делает отбор, оценку, представление и продвижение нужной информации жизненно необходимыми.

Библиотеки выпускают списки литературы и тематические библиографические указатели. Большое внимание уделяется созданию библиографических

пособий малых форм: списков, закладок, буклетов.

Тематику библиографических пособий определяют информационные запросы пользователей.

Востребованы тематические дайджесты. Если тема востребована, а издание библиографического материала по каким-либо причинам невозможно, библиотеки создают тематические папки (информационно-библиографические досье). Они составляются на основе типовых запросов читателей и представляют собой подборку печатных материалов (вырезки статей и их копии, библиографические списки, перепечатанный материал).

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

Поэтому важно пристальное внимание уделять допечатной подготовке изданий.

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.

***Стандарты по издательскому делу
и библиографической деятельности.***

При подготовке изданий к печати используются 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 Р 7.0.100 2018 Библиографическая запись.

Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

ГОСТ Р 7.0.12-2011 Библиографическая запись.

Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

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

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.

ГОСТ Р 7.0.23-2019 Издания информационные.

Структура и оформление.

ГОСТ 7.60-90 СИБИД. Издания. Основные виды.

Термины и определения.

ГОСТ Р 7.0.9-2009 Библиографическое обеспечение издательских и книготорговых процессов. Общие требования.

ГОСТ 7.84-2002 Издания. Обложки и переплеты.

Общие требования и правила оформления.

ГОСТ Р 7.0.1-2003 Издания. Знак охраны авторского права. Общие требования и правила оформления. Библиографические пособия можно разделить на две группы: пособия крупных и пособия малых форм.

Крупными формами являются 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,

буклеты, рекомендательные списки, 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. Большое распространение приобрели также такие информационно-библиографические пособия как дайджесты.

БУКЛЕТЫ

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

Применительно к библиотечной специфике выделяют различные жанры буклета: посвященные самой библиотеке, какому-либо значимому направлению деятельности или крупному мероприятию, культурному центру, региону, где находится

библиотека. Вместе с рекламным текстом в буклетах помещаются красочные фотографии, иллюстрации.

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, объём и варианты фальцовки, это издание является весьма удобным и охотно используется читателями.

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ

Выполненный в форме буклета пригласительный билет обычно фокусирует внимание на конкретном событии: презентации библиотеки в связи с ее юбилеем, переездом, открытием после ремонта и т. п. Вернисаже картин местного художника; встрече

с интересным гостем и т. п. Тем не менее, как уже неоднократно подчеркивалось, сверхзадача приглашения, как и других рекламных изданий – акцентировать внимание на достоинствах библиотеки,

Продемонстрировать ее высокие возможности.

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 раздела

или в конце дайджеста.

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:

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

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

Дайджесты используются как в индивидуальной работе с читателями, так и при организации книжных

выставок, проведении массовых мероприятий. Например, такие дайджесты: «Гордость и боль» (афганцы), «В истории – навечно» (Герои Советского Союза») и т. п.

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.

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 её услугами. При этом лаконично рассказывают о ресурсах библиотеки, 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.

ФЛАЕР

Новой формой печатной продукции библиотек может стать флаер (от англ. слова fly – «лететь»).

Флаер – это яркая красочная информативная листовка, сообщающая о проведении какого-либо

мероприятия и используемая в качестве рекламного материала в раздаточных целях. Обычно указывают тему, дату и время проводимого мероприятия, его участников, а при необходимости – схему проезда.

Флаеры – один из способов быстрой и массовой рекламы. Дизайн флаеров стремятся сделать наиболее подходящим под происходящее событие, чтобы за минимальное время привлечь наибольшее количество заинтересованных людей. Основное отличие флаера от листовки – более плотная бумага, которая дольше сохраняет внешний вид флаера. Также плотная бумага придаёт флаеру презентабельный вид.

Наиболее распространенные форматы флаеров: 10смх7см, 10смх15 см, 20 см х10см.

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.

ПЛАКАТ

Листовое издание в виде одного или нескольких листов печатного материала установленного формата, отпечатанное с одной или обеих сторон листа, предназначенное для экспонирования (книги, памятной

или юбилейной даты, мероприятия).

Библиотечный плакат – наглядная форма позиционирования книги, чтения, библиотеки.

Цель плаката – остановить взгляд, внимание читателя.

Функции плаката. Ранее библиотечный плакат рассматривался в основном как наглядная форма информации о книгах и их рекомендации, призванная способствовать самостоятельному выбору книг. В настоящее время функции библиотечных плакатов значительно расширились. Их можно разделить на :

- рекомендующие одну книгу;
- рекомендующие несколько источников на одну тему;
- раскрывающие творчество писателя;
- оповещающие о новых изданиях по определенной теме;
- рекламирующие библиотеку и отдельные услуги;
- рекламирующие различные формы деятельности;
- оказывающие помощь в освоении

информационных знаний и т.д.

Плакат удобно использовать в рекламных кампаниях или акциях, посвященных определенной теме. Это дает возможность рекомендовать большее количество книг, чаще менять информацию по теме и в то же время сделать ее повторяемой, что очень важно для поддержания интереса к теме. Нельзя забывать и о том, что книг одного названия в библиотеке немного, и в случае отказа на рекламируемую книгу замысел рекламы сводится на нет, а это снижает доверие читателей и к рекламе, и к библиотеке.

Оформление и контент плаката. Библиотечный плакат представляет собой композицию из текста и иллюстраций. Соотношение текстового и графического материала должно быть настолько тщательно продумано, чтобы юный читатель мог легко разобраться в содержании плаката, найти ведущий текст и иллюстрирующий его графический материал. Для плакатов, адресованных младшим школьникам, рекомендуется использовать предельно короткий текст.

Рекламный плакат включает:

- слоган (девиз) – емкую и краткую фразу (5-8 слов), привлекающую внимание к книге;
- пояснительный текст (1-2 предложения);
- характеристику самой яркой особенности книги;
- информационный блок (сведения о писателе, истории создания книги, переводах, ее судьбе, прототипах - героях, отзывы на книгу и др. сведения);
- библиографическое описание (для детей среднего и старшего школьного возраста);
- иллюстрации;
- фирменный блок библиотеки (издательства) – (эмблема, герб) и логотип (аббревиатура названия и ее расшифровка, адресные сведения).

Ряд данных могут быть факультативными. Приступая к оформлению плаката необходимо помнить, что внимание читателей, прежде всего, привлекают интересно составленные заголовки и яркое оформление (рисунки, цитаты, копии книжных обложек и т.д.). Строгая симметрия линий при

графическом оформлении необязательна. Красивое сочетание цветовых пятен в плакате, которые получаются от сочетания окраски обложек, иллюстраций, фона – важное эстетическое требование к его оформлению.

В библиотечный плакат могут быть внесены и элементы игры, которые, как показывает практика, вызывают интерес у всех возрастных категорий читателей (загадка к рисункам или тексту книги, вопросы по содержанию рекомендуемой литературы).

Не следует давать большого количества вопросов, но они должны заинтересовывать читателей.

На плакате могут размещаться и кармашки для карточек рекомендуемой литературы, буклетов и т.п.

Плакат, посвященный творчеству одного автора. При подготовке плаката, посвященного творчеству одного автора, необходимо поместить на него: портрет писателя, краткие биографические сведения о нем, копии обложек лучших изданий основных произведений писателя, иллюстрации и аннотации

к его произведениям, библиографическая справка о его произведениях в периодической печати, статьи и книги о писателе.

Библиотечный плакат любой тематической и целевой направленности должен привлекать внимание читателя, вызывать его интерес, но, как и любая другая наглядная форма, он требует живого слова библиотекаря.

АФИША

Афиша – рекламное или справочное издание, оповещающее о каком-либо культурном мероприятии и предназначенное для расклейки. Это рекламный жанр, специализирующийся на письменном (печатном) оповещении о предстоящих зрелищах или общественно значимых событиях. Библиотечную афишу, рекламирующую предстоящее важное событие, обычно вывешивают заблаговременно. К тому же это мобильный жанр: афиши расклеивают не только в самой библиотеке, их можно разместить в учебных заведениях, на предприятиях и фирмах, рядом с

кинотеатрами и Домами культуры и др. Одно из важнейших требований афиши – не перегружать её текстом и изобразительными средствами. Обычная афиша содержит не более 7-10 строк, представляющих собой лаконичные фразы.

ПЛАН ЧТЕНИЯ

(индивидуальный рекомендательный список)

План чтения - перечень книг для прочтения, составленный на определенный промежуток времени (на лето, на год). Все мы прекрасно помним план чтения книг на лето, который диктовали нам учителя по литературе в конце учебного года.

План чтения составляется в том случае, когда читателю в целях самообразования, расширения общекультурного или профессионального кругозора необходимо изучить определенный вопрос.

Выявляется литература, отбирается нужное количество книг и статей (обычно не более пяти-семи наименований), которые и составляют «обязательный

минимум». Читателю разъясняется, почему нужно изучать литературу именно в предложенном порядке, а не иначе, с какими произведениями важно познакомиться в самом начале, с какими позже, на что следует обратить особое внимание.

ПУТЕВОДИТЕЛЬ

Справочник, содержащий сведения о каком-либо географическом пункте или культурно-просветительном учреждении (мероприятии), расположенные в удобном для следования или осмотра порядке, включающее наряду с библиографической информацией сведения справочного и методического характера.

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.

БЮЛЛЕТЕНЬ

Бюллетень – периодическое или продолжающееся издание, содержание которого составляют нормативные, инструктивные, справочные, рекламные материалы издающей его организации.

Применительно к библиотечной практике – это издание, информирующее читателей о новых

поступлениях литературы.

КАРМАННЫЕ КАЛЕНДАРИ. ВИЗИТКИ

Карманные 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.

СПИСОК

Библиографический список – это библиографическое пособие, состоящее из совокупности библиографических записей небольшого объема, с простой структурой, понятной пользователю, не имеет справочного аппарата.

Библиографический список включает сведения о произведениях, как правило, по узкой, конкретной

теме или вопросу.

В качестве синонима используется термин «список литературы». Может быть как самостоятельным пособием, так и частью другого издания (внутрикнижный, внутригазетный, внутрижурнальный, пристатейный, прикнижный). Также библиографический список часто сопровождает неопубликованные документы: диссертации, научные отчеты и т.п.

Библиографический список, как и любое другое пособие, должен содержать название, указание на форму пособия (рекомендательный список литературы), выходные данные, хронологические рамки предлагаемых документов, год издания.

Наиболее распространенными и простыми библиографическими списками являются списки-закладки «С чего начать» и «Что читать дальше».

1) Список-закладка «С чего начать».

Он составляется в тех случаях, когда читателю нужна помощь в самостоятельном изучении интересующего

его вопрос. В отличие от обычного списка литературы, список «С чего начать» рекомендует первые книги для чтения, близкие по содержанию и степени доступности (3 – 5 названий), которые дают лишь самые основные сведения по теме. Этот вид пособия рассчитан на читателей-неспециалистов, главным образом, молодежь. Литературу из такого списка можно читать по выбору. Также пишут небольшой вступительный текст и аннотации. Текст содержит краткую характеристику темы, раскрывает ее значение. В аннотации желательно показать специфику каждой книги – по содержанию, форме изложения, подчеркнуть ее значение в ряду других книг. Таким образом, списки «С чего начать» не ставят перед читателем задачи обязательного чтения всех произведений подряд. Они сочетают оперативность и краткость информации о литературе с элементами рекомендации, популяризации книг по наиболее интересным темам краеведения.

2) Список-закладка «Что читать дальше...».

Он позволяет читателю расширить, углубить знания об интересующих его вещах. Известно, что книга, которая произвела сильное впечатление, вызывает желание знать, как можно более подробно обо всем, что связано с ее героями, желание прочитать другие интересные произведения по этой же теме. Здесь может оказать помощь небольшой список, который оформляется как закладка в определенную книгу (роман, повесть, мемуары) на ту или иную тему.

Произведение, к которому составлена закладка, называется заглавным. Составляя такой список, библиотекарь должен хорошо знать содержание произведения, представлять, какие чувства оно вызовет у читателя, суметь «переключить» внимание читателей на другие книги (может быть, с книги невысокой художественной ценности, на более глубокие произведения, или на произведения, незаслуженно забытые читателями).

Формат закладки: ширина – 5–8 см, высота – 25–30 см. В закладке дается обычно до 10 названий. Помимо

произведений художественной литературы, в нее можно включать и научно популярные книги. Здесь можно использовать не только индивидуальные, но и групповые аннотации, тексты, связывающие книги между собой. Раскрывая основное содержание, главную идею книги, можно пересказать интересный эпизод, чтобы привлечь внимание читателей.

Часто в закладках рекомендуются однотипные произведения, очень похожие по сюжету. В этих случаях составляют групповые аннотации.

Списки «Что читать дальше» не предусматривают соблюдения определенной последовательности в чтении произведений. Они предоставляют читателю возможность выбора (взять те книги, которые его больше интересуют). При оформлении закладки на лицевой стороне (или на обложке) приводят библиографическое описание заглавного произведения, могут дать здесь же краткую аннотацию. Но чаще всего для связи с другими произведениями служит текст, который помещается в основной части пособия.

Готовая закладка тиражируется и вкладывается в ту книгу, к которой она составлена. Выдается вместе с книгой. После чтения литературы по закладке, можно предложить читателю рекомендательный указатель по нужной ему теме.

Рекомендательный список – имеет более сложную структуру, его цель заинтересовать темой. Составляется рекомендательный список, как правило, по наиболее важным или актуальным темам, например, «Деловая этика и этикет», «Совет да любовь» (о свадебных обрядах и обычаях), «Природа и человек», роман «Евгений Онегин» А. С. Пушкина в литературоведении, изобразительном и музыкальном искусстве и т.п.

В соответствии с читательским и целевым назначением отбираются печатные и электронные документы, опубликованные в течение последних 3- 5 лет. Объем обычного рекомендательного списка невелик – 15–20 названий книг и статей. Обязательно должны быть: предисловие, можно давать вводный

текст к разделам пособия (если они есть). Аннотации должны быть четкими, краткими, продуманными. Произведения группируются по разделам, причем вначале обязательно помещают общий раздел, где рекомендуются книги и статьи по теме в целом, а затем 2 -3 частных раздела. Внутри разделов сначала приводятся библиографические описания наиболее ценных, интересных и доступных материалов.

Структура рекомендательного списка внутри раздела может предусматривать следующее деление: книги, материалы периодической печати, информация сети Интернет, мультимедийные издания в алфавите авторов и произведений. К рекомендательному списку дается краткое предисловие, а к каждому разделу – небольшие вводные тексты или цитаты, объясняющие суть раздела.

УКАЗАТЕЛЬ

Библиографический указатель – библиографическое пособие значительного объема со сложной структурой

и научно-справочным аппаратом. Библиографический указатель отражает книги, статьи и другие материалы, раскрывающие либо узкую, конкретную тему (проблему), либо широкую, многоаспектную отрасль знания. Это и обуславливает сложность его структуры (наличие разделов и подразделов), влияет на порядок расположения библиографических записей в пределах каждого деления. Библиографические указатели имеют научно-справочный аппарат (предисловие, различные вспомогательные указатели).

Основные требования, предъявляемые к изданиям

1. Обязательное соблюдение ГОСТа 7.4-95 «Издания. Выходные сведения», устанавливающего единые требования к выходным сведениям и месту их расположения в текстовых изданиях:
2. Заглавие издания указывают в том виде, в котором оно установлено автором или издателем. Заглавие, общее для всех выпусков издания, должно быть оформлено однотипно и отлично от остальных сведений на титульном листе.

3. Над заголовочные данные в зависимости от вида издания должны включать: сведения о наименовании организации, от имени которой выпускается издание. Над заголовочные данные помещают в верхней части титульного листа. В изданиях материалов конференций, совещаний в над заголовочных данных указывают их организаторов.

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

5. 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».

6. Сведения об ответственном за выпуск издания приводят на обороте титульного листа.

7. Сведения о редакторе, техническом редакторе приводят над выпускными данными на последней странице издания, на обороте титульного листа.

8. Местом выпуска издания считается юридический адрес издателя.

9. Год выпуска издания обозначают арабскими цифрами без слова «год» или сокращения «г»:

Пример: 2020

10. Выпускные данные включают следующие сведения: дату подписания в печать, вид печати, объем издания в авторских листах, тираж, имя и полный почтовый адрес издателя, название и полный почтовый адрес полиграфического предприятия.

Выпускные данные помещают на последней странице издания.

11. Классификационный индекс, включает индекс ББК, который помещается отдельной строкой в верхнем левом углу оборота титульного листа.

12. Авторский знак 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.

Авторский знак помещают в верхнем углу оборота титульного листа после классификационных индексов.

Основные требования к оформлению содержания:

1. Для названия содержания используют слово «Содержание». Не допускается применять слово «Оглавление» (ГОСТ 7.5-98 п.6.2)

2. Содержание располагают до или после текста издания. Его приводят отдельной строкой и выделяют полиграфическими средствами

3. Имя автора (составителя) в содержании и начинают с фамилии. Имя и отчество допускается заменять инициалами. В коллективных работах

сохраняют последовательность имен авторов, данную в тексте публикуемых материалов издания. Сведения об ученой степени, ученом звании, должности и месте работы автора (составителя) указываются по усмотрению ответственного за выпуск в полной или сокращенной форме после имени автора (составителя). Имя автора (составителя) выделяют полиграфическими средствами.

4. Заглавие публикуемого материала сохраняют в той форме, в какой оно дано при тексте публикуемого материала.

Нумерация страниц и здания:

1. Для нумерации страниц в издании применяют только арабские цифры. Страницы издания должны иметь порядковую нумерацию.

2. Сведения о порядковом номере страницы обозначают колонцифрой и приводят в нижней части страницы издания. Колонцифру приводят отдельной строкой, проставляют на всех страницах издания, кроме страниц титульного листа и концевых

титульного листа.

3. Страницы обложки в нумерацию страниц издания не включают.

***Основные требования по оформлению текстов,
готовых для верстки и печати:***

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), а не средствами Лексикона или вручную восклицательными знаками и т.д.

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. Желательные параметры форматирования:

– страница А5, ориентация книжная, поля по 1,5 см

– межстрочный интервал одинарный, выступ 1 см

Шрифт Times New Roman, размером 12-14.

6. Страницы жестко не разделять, нумерацию не присваивать.

7. Текст утверждается для верстки после окончательной редакторской правки.

***Полезно запомнить еще несколько несложных
правил оформления изданий***

1. Многокрасочные объявления заметнее черных 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.

Параметры страницы. Многовековым опытом

издательства книг было установлено, что достаточно большие поля на странице издания снижают нагрузку на зрение и облегчают восприятие информации, в то время как маленькие поля такую нагрузку существенно увеличивают.

Творческих успехов!

