

Министерство культуры Российской Федерации
Российская государственная библиотека для молодёжи

Практика работы библиотеки
с рисованными историями
как видом издания

Методические рекомендации

Москва
2020

Настоящие методические рекомендации разработаны в рамках государственного задания Центром рисованных историй и изображений ИКЦ «Библиотека и молодёжь» Российской государственной библиотеки для молодёжи в 2019-2020 гг.

В экспертной оценке принимали участие библиотечные специалисты Бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа Югры «Государственная библиотека Югры»; СПб ГБУК «МЦБС им. М. Ю. Лермонтова»; ГБУК НО НГОУНБ им. В. И. Ленина; МАУК «Калининградская централизованная библиотечная система»; МБУ ЦБС г. Ижевска.

Введение

Впервые в отечественной практике работа с рисованными историями как самостоятельным библиотечным фондом началась в 2010 году в Российской государственной библиотеке для молодёжи. Это было обусловлено результатом мониторинга читательских активностей, который показал наличие интереса к манге и комиксам у аудитории 14-35 лет. Деятельность РГБМ в области изучения и популяризации рассматриваемого вида изданий (в том числе и в профессиональном библиотечном сообществе), послужила формированию лояльности к комиксам и появлению различных форм работы с ними в публичных библиотеках России.

Само понятие «комикс» в нашей стране до сих пор не является устоявшимся и используется наравне с «рисованной историей», «графическим романом». Для общего обозначения исследуемого феномена в 2010 году нами было введено в употребление понятие «изотекст», но для удобства в рамках настоящих методических рекомендаций будем использовать более широкое понятие «рисо-

ванные истории», а «комикс» оставим для обозначения американской продукции.

Сегодня сегмент рисованных историй (включая американские комиксы, японскую мангу и т.п.) на российском книжном рынке выглядит сложившимся явлением. Функционируют специализированные издательства и профильные редакции, ведется работа в публичных библиотеках, существуют специальные средства информации (новостные и аналитические интернет-сайты и т.п.). По данным статистического анализа, осуществленного специалистами Российской книжной палаты, в 2019 году насчитывалось 17 журналов комиксов (рисованных историй), выпущенных совокупным годовым тиражом в 3 596 400 экз. В книготорговых сетях и универсальных книжных магазинах сложилось представление о позиционировании данного массива изданий в торговом зале и в общем ассортименте, представленном в формате электронных баз данных.

Таким образом, предлагаемые методические рекомендации являются итогом десяти лет исследовательской и практической работы РГБМ по использованию рисованных историй в целях приобщения молодежи к чтению. Также они включают результаты мониторинга и анализа процессов в издательском, книготорговом и библиотечном деле, связанных с профессиональной деятельностью по популяризации культуры рисованных историй. Данные материалы адресованы для использования в практической деятельности публичными библиотеками России, занимающимися обслуживанием молодежи.

Специфика рисованных историй (комиксы, манга и т.п.)

Рисованные истории по знаковой природе информации, способу организации контента и восприятия их читателем представляют собой особую полисемиотическую среду и являются отдельным видом произведения. Опираясь на опыт их научного изучения (как за рубежом, так и в России), мы приходим к выводу, что комикс является полисемиотическим произведением, выраженным в процессе, который предлагает особый род домысливания, формализованный в специфически организованном синтезе текста и изображения. Мотивация к чтению рисованных историй в молодёжной среде основывается на интересе к сюжетному повествованию и особенностях в решении истории теми или иными средствами визуализации.

Организованная средствами редакционно-издательского дела, рисованная история является видом изоиздания по знаковой природе информации, предполагающим комплекс *специфических видовых черт, обусловленных*:

а) оригинальным способом организации полисемиотического произведения в издание,

б) особой ролью редактора на этапах проектирования издания, работы с рукописью, подготовки издания к печати;

в) специальными условиями книготоргового распространения и библиотечно-библиографического обслуживания читателей.

В российской научной практике наблюдается своего рода эволюция взглядов на природу рисованной истории. Из чего можем сделать вывод об обоснованности выделения рисованных историй в отдельную категорию книжно-журнальной продукции. Первые

опыты научного анализа подобных изданий в отечественной практике начали предприниматься в конце 1990-х гг. Эти исследования осуществлялись в атмосфере, в которой рисованная история не являлась естественной частью социокультурной действительности в России. Русскоязычные издания представляли собой преимущественно переводные произведения, а публикации работ отечественных авторов имели случайный характер и не подвергались системному отбору и анализу. Массив рисованных историй, в его глобальном, общемировом разнообразии, был известен исследователям выборочно.

По данным каталога диссертаций РГБ в период с 1990-х по настоящее время в России было защищено менее десятка диссертаций, посвященных комиксам. Здесь рассмотрим некоторые из них, исходя из новизны и уникальности предлагаемых в этих работах материалов и выводов.

В 1999 г. были защищены две кандидатские диссертации по филологическим наукам: в одной из них рассматривалась коммуникативная природа комикса (Козлов Е.В.), а в другой — комикс как знаковая система (Сонин А.Г.).

В работе Евгения Васильевича Козлова «Коммуникативность комикса в текстуальном и семиотическом аспектах» предлагается рассматривать комикс как «вербо-иконическое сообщение». То есть, как синтетическое произведение, представляющее собой результат взаимодействия вербального и иконического. Такой подход был новым для отечественной практики. Прежде предполагалось, что изображение в книге выполняет сугубо иллюстративную функцию по отношению к тексту. В попытках вывести определение комикса Козлов предлагает следующее: «Комикс является вербо-иконическим сообщением, текстуальность которого (и шире — коммуникативность) строятся на конструктивном взаимодействии единиц гетерогенных семиотических практик, реализуемых в пределах его формальной организации, состоящей из трех информационных рядов: буквенного текста, графики и параграфики».

Несмотря на попытку представить комикс в качестве самостоятельного произведения, Козлов не дает убедительной аргументации в защиту этого положения, объясняя принципиальную разницу между комиксом и книжной иллюстрацией только тем, что «графическая часть занимает, по меньшей мере, равную вербальному компоненту часть сигнификативного пространства комикса».

В качестве базы источников в исследовании Козлова использовалось 200 изданий французских рисованных историй, на примере которых автор обосновывает свое представление о комиксе как вербо-иконическом сообщении и выделяет его морфологические особенности.

В глобальном смысле комикс, как поликодовое явление, по мнению Козлова, строится из культурных и технических кодов. К культурным кодам он относит идеологический, моральный, жесточивый. К техническим кодам – код рисунка (включая особенности репрезентации изображаемого – художественный стиль, цвет и т. п.), кинематографический код (монтаж кадров, планов и ракурсов), идеограмматический код (звукоподражания, линии движения и прочие идеограммы, используемые в комиксе) и языковой код.

Анализируя морфологию конкретного произведения Козлов выделяет «буквенный текст», состоящей из авторской речи и речи персонажей. Различие между этими двумя видами речи выражается в их оформлении. Так речь персонажа представлена в рамках кадров комикса и размещена в специальных облачках, филактерах. Задача буквенного текста, резюмирует Козлов, служить снятию многозначности, возникающей при интерпретации визуального ряда комикса.

«Графика» – следующий смыслообразующий слой, состоящий из планов и ракурсов. Козлов выделяет семь планов: панорамный, общий, средний, ближний (или первый план), крупный (изображение головы персонажа), детальный или очень крупный (часть лица, тела и т. п.) и американский план (изображение фигуры до колен, чтобы в высвободившемся пространстве кадра можно было бы разместить большие бабблы с текстом). Ракурсы – это виды, соответствующие условному положению камеры (зрителя) по отношению к изображаемому объекту. Козлов выделяет обычный, ординарный ракурс – на уровне изображаемого объекта; вид сверху и вид снизу.

Наконец, третий смысловой слой комикса – параграфика. К этой группе исследователь относит звукоподражания, выделяя их в четыре вида – отрывистые, приглушенные, звенящие и хлопающие (в том числе чавкающие и т. п.). Также к параграфике относится шрифт (формат, кегль, начертание), идеограммы, кадр (как мельчайшая единица текстового членения) и филактер.

Несколько другой взгляд предлагает Александр Геннадиевич Сонин, защитивший в том же 1999 году кандидатскую диссертацию по

филологии под названием «Комикс как знаковая система: Психолингвистическое исследование на материалах франкоязычных комиксов». По мнению Сонины базовым содержательным компонентом комикса является «кадр». В контексте своей работы исследователь применяет к этому понятию формулировку «графическое пространство речевого компонента» или ГПРК. Своего определения комикса Сонин не предлагает. Но он ссылается на слова исследователя Бенуа Питерса: «сегодня почти все теоретики согласны с тем, что говорить о комиксе можно при наличии трёх компонентов: последовательность кадров; соотношение текста и рисунка; техническое размножение». Так же, ссылаясь на Питерса, автор диссертации отмечает важное качество, свойственное исключительно комиксу: «каждый кадр должен содержать упоминание о предыдущем и вызывать последующий». В числе прочего Сонин допускает, что в качестве содержательных компонентов комикса могут рассматриваться страница и разворот, но не углубляется в исследование роли этих компонентов.

Анализируя кадр комикса Сонин выделяет пиктографические компоненты, вербальные и синкретические. К пиктографическим он относит «внешние» элементы: графическая структура кадра, выраженная в движении планов и ракурсов; и «внутренние», участвующие в смыслообразовании внутри кадра: штрихи, окружающие героев, и линии, передающие движения объектов внутри кадра. Цвет он также предлагает рассматривать в качестве пиктографического компонента, имеющего основные функции — смыслопорождающую и структурирующую.

К вербальным компонентам кадра Сонин относит речитативные (комментарии рассказчика) и звучащие (речь персонажей и звукоподражания). К синкретическим компонентам — идеограммы как таковые и идеограмматические ситуации, когда текст берет на себя функции изображения и наоборот.

Наконец, в этом ряду диссертаций следует отметить работу Ксении Владимировны Поляковой «Становление семиотической системы американского комикса и японского манга», которую она защитила в Санкт-Петербурге в 2004 году. В своей работе Полякова опирается на диссертации предшественников (Козлова и Сонины), но предлагает свои выводы относительно природы комикса и его элементарных составляющих.

Применительно к комиксу Полякова использует лингвистический термин «креолизованный текст», подразумевая под этим вид текста, «в котором визуальный и вербальный компонент являются

одинаково существенными элементами структуры текста». Такой подход ставит комикс в один ряд с другими видами креолизованного текста, например, к которым принято относить рекламу и искусство плаката, что, на наш взгляд является не вполне корректным.

Но для нас важна главная особенность подхода Поляковой к изучению комикса. Она состоит в том, что отечественный исследователь впервые предлагает воспринимать комикс, или рисованную историю не как результат взаимодействия визуального и вербального, а как языковую систему. «...Уникальность текста комикса состоит в том, что текст как таковой существовал еще до создания семиотической системы, то есть языка комиксов. Тем самым, развитие происходило не по принципу: от языка к тексту, а, наоборот, от текста к языку, то есть от процесса к системе. На данный момент развития, текстом комикса можно назвать особый вид креолизованного текста, построенный в соответствии со структурой комикса и оперирующий знаками комиксовой семиотики».

Достойна внимания и предлагаемая Поляковой морфология комикса, основанная на представлении автора о текстообразующих категориях, свойственных комиксу как языку. Она выделяет категории времени, звука и пространства.

Категория времени представляется посредством панорамирования (вложение кадров в рамки) и использования маркеров времени (в том числе вербальных и идеограмматических).

Категория звука имеет качественные и количественные характеристики и выражается посредством изменений формы облака (филактера), изменения или нарушения границ рамки кадра, резкого изменения плана, а также посредством леттеринга: изменения формы и кегля букв в словах-звукоподражаниях, а также в начертании слов в речи персонажей. Таким образом, леттеринг позволяет передать акцентуацию речи, громкость или качество/звучание голоса, особенности произнесения отдельных фраз и всевозможные персональные характеристики персонажей. Надо отметить, что это первое крупное исследование на русском языке, в котором система начертания слов в комиксе рассматривается как смыслообразующий элемент наравне с изображениями и текстовой составляющей как таковой.

Наконец, категория пространства по мнению Поляковой выражается также посредством текстовых и визуальных (светотень, цвет, перспектива) маркеров и панорамирования. Исследователь выделяет шесть способов панорамирования, представляющих ка-

тегорию времени: вертикальное/горизонтальное панорамирование, неровное панорамирование, панорамирование с наложением кадров, выход кадра за границы рамки, нарушение рамки, разрыв кадра.

Как уже отмечалось, научные исследования отечественных авторов осуществлялись в условиях, когда комиксы как медиа еще не были актуализированы в российском социокультурном пространстве. На Западе – напротив, рефлексия над комиксом как явлением культуры и объектом научного поиска началась уже в середине XX века. Одним из первых и ключевых произведений в этой области можно считать книгу «Комикс» американского художника и педагога Колтона Ву (Frederick Coulton Waugh “The Comics”, 1947). Она посвящена анализу и истории комикс-стрипов начиная с 1890-х (The Yellow Kid, 1895) и вплоть до 1940-х гг. В 1977 году под редакцией Билла Блэкберда вышла ещё одна знаковая работа: The Smithsonian Collection of Newspaper Comics. В ней представлена коллекция стрипов, газетных комиксов, опубликованных в США с 1896 по 1970-е гг. Этот материал даёт возможность наглядно представить эволюцию культуры визуального повествования в американской прессе. Начиная с 1970-х гг. активную исследовательскую деятельность вёл историк комиксов Морис Хорн (Maurice Horn). Уже в 1990-е в США появляются серьёзные исследования, посвящённые супергероике. И здесь, в первую очередь, надо упомянуть Л. Дэниэлса (Leslie Noel Daniels). В 1993 г. выходит его книга Marvel: Five Fabulous Decades of the World's Greatest Comics, а спустя пару лет, в 1995 г., следующая: DC Comics: Sixty Years of the World's Favorite Comic Book Heroes. Свою первую книгу, более общего характера, Дэниэлс опубликовал еще в 1971 году под названием – Comix: A History of Comic Books in America.

Однако, на наш взгляд, наиболее авторитетными исследователями, чьи работы посвящены природе комикса, являются Уилл Айснер и Скотт МакКлауд.

Работа Уилла Айснера «Комикс и последовательное искусство» (1985) – одна из первых комплексных попыток описать структурные элементы, из которых состоит комикс, и дать характеристику функциональным особенностям этих элементов. Айснер не предлагает четких определений, что такое комикс. В работе описываются возможности и особенности рисованной истории. Например, он постулирует, что текст в комиксе может читаться как изображение; последо-

вательность изображений не нуждается в словах; раскадровка влияет на восприятие времени в комиксе; также время в панелях (или фреймах, или боксах) задается расположением баллонов (филактеров); рукописный шрифт выражает больше экспрессии, чем наборный; форма фрейма имеет смысловую и символическую нагрузку (воспоминание, фантазия, обычное повествование...). Айснер отмечает, что фрейм может передать эмоциональный настрой и является ключевой частью визуального нарратива. Айснер предложил рассматривать страницу как метафрейм (метанепанель). Также он касается вопроса экспрессивной анатомии, впоследствии этому вопросу была посвящена отдельная книга (См.: *Expressive Anatomy for Comics and Narrative*, 2008).

Определение комикса Айснер дает в своей книге «**Графическое повествование и визуальный нарратив**» (*Graphic Storytelling and Visual Narrative*, 1996): Комикс – форма последовательного искусства, часто в виде стрипа или книги, в котором изображение и текст совместно формируют историю. Графический нарратив – общее описание любого повествования, идея которого осуществляется посредством изображений.

Революционный подход **Скотта МакКлауда** выразился в том, что в своей исследовательской трилогии (***Understanding Comics*, 1993; *Reinventing Comics*, 2000; *Making Comics*, 2006**) повествование о природе комиксов было представлено на языке комиксов, в виде рисованной истории. Таким образом, у читателя появилась возможность не только наглядно представить, о чём идёт речь, но и «прочитать» это на языке комикса.

По МакКлауду «комикс» – это «иллюстративные и другие изображения, сопоставленные рядом в продуманной последовательности для передачи информации и / или получения эстетического отклика от зрителя». Основными структурными элементами комикса он предлагает считать «изообраз» (пер. М.Заславского, у МакКлауда – *icon*), «домысливание» (пер. М.Заславского, у МакКлауда – *closure*) и кадр. Под изообразом понимается изображение в совокупности вариаций изображаемого (текст как изображение (ономатопея), и идеоматические конструкции (спидлайны, идеограммы и т.п.), и изображения как таковые, и комбинированные конструкции). Домысливание – процесс, происходящий во время восприятия комикса, когда читатель додумывает смысловые связи между элементами изображаемого. Ключевым инструментом домысливания является пространство между кадрами (*gutter*).

МакКлауд выделяет шесть способов домысливания: от момента к моменту; от действия к действию; от объекта к объекту внутри одной сцены; от места к месту на большом расстоянии и/или во времени; от детали к детали (без учета времени); бессвязный.

Что касается взаимодействия текста и изображения в комиксе, МакКлауд выделяет шесть типовых вариаций: текстоориентированные комбинации, слова как звуковое сопровождение изображения, двойной акцент (когда текст и изображению передают одно и то же), взаимодополняющие, параллельное повествование, монтаж (слово как часть изображения и наоборот).

Стоит согласиться, что Айснер и МакКлауд дают исчерпывающее представление о функциональной структуре комикса как формы визуального повествования. Однако представление о том, что такое «комикс» у всех исследователей, чьи работы рассмотрены в этом обзоре, разнятся.

Можно утверждать, что комикс как вид издания имеет более чем вековую историю. Однако актуальным явлением мировой массовой культуры комикс (или, в более широком смысле, рисованная история) становится лишь к концу 1930-х — началу 1950-х гг. Это было связано с появлением культовых образов в различных национальных книжных пространствах (Супермен, Тинтин, Астробой, Микки-Маус и пр.). Тем не менее, осмысление рисованной истории как феномена мировой культуры связано как с техническим прогрессом, социокультурными обстоятельствами, так и с общим вектором развития науки и искусства.

Но если в зарубежной науке исследование рисованных историй как знаковой системы началось уже во второй половине XX века, то в отечественном научном дискурсе — лишь с 1999 года.

Основываясь на приведенном обзоре представляется логичным, вслед за Козловым и Поляковой воспринимать рисованную историю как язык повествования. Однако, согласимся с Айснером и МакКлаудом в том, что текст и контекст комикса образуются только благодаря единству функциональных элементов визуального повествования, где текст и изображение нельзя рассматривать как самостоятельные структуры. Таким образом, рисованная история является языком визуального повествования, выраженном в единстве функциональных элементов, представляющим собой раскадровку, каждый кадр которой находится в смысловой, композиционной и структурной зависимости друг от друга. Будучи сформулированной в предметной среде рисованная история является изданием, включаю-

щим в свою структуру формальные элементы архитектуры носителя.

Организация рисованной истории в книжное издание предполагает ряд специфических особенностей, связанных с процессом редакционно-издательской подготовки. По формальным признакам большинство изданий рисованных историй не имеет серьёзных отличий от прочих изоизданий, аппарат может включать все привычные элементы: выходные сведения, справочно-поисковые, а также элементы, дополняющие и поясняющие основное содержание издания, которым является рисованная история.

Нормой являются случаи, когда отдельные элементы аппарата представляют собой составную часть произведения, приобретая таким образом дополнительную смысловую нагрузку.

В отдельных случаях однотипные элементы могут идти параллельно друг другу. Например, когда в книге есть сквозная нумерация страниц, а также нумерация страниц в отдельных историях, являющаяся частью публикуемого произведения. Такая ситуация возможна в журналах и сборниках рисованных историй, а также в случаях, обусловленных задумкой автора.

В русскоязычных изданиях манги возможна оригинальная последовательность страниц справа налево, предполагающая оригинальную же последовательность чтения - с правого верхнего угла страницы к нижнему углу слева.

Сведения об авторах как правило дублируются на первой странице обложки издания. В случаях, если авторов два и более, имя основного автора ставят первым в списке или выделяют визуальными средствами.

Обстоятельства формирования специализированной системы распространения рисованных историй в России

Одной из причин, затруднявших процесс формирования рынка рисованных историй в России было отсутствие специализированной системы книжной торговли и отсутствие необходимой рубрики ассортимента в книжных магазинах. Таким образом, даже те издания, которые выходили многотысячными тиражами в 1990-х и в начале 2000-х годов терялись в массиве прочих изданий, редко попадая в руки целевого читателя.

Аудитория, фокусирующая свое внимание на изданиях рисованных историй стала складываться в 2000-е годы благодаря выходу на телеэкраны фильмов, в том числе анимационных, по мотивам комиксов и манги, а также благодаря деятельности фестивалей, появлению и активной работе первых специализированных издательств («Нитусов», «Сакура-пресс» и пр.) и формированию тематических сообществ в сети Интернет.

Практика *сканлейта* (любительские переводы комиксов, опубликованные в сети Интернет для свободного пользования) стала другой причиной, затормаживающей развитие индустрии. Отсутствие инструментов правового регулирования распространения информации в сети вело к тому, что даже свежее опубликованные издания весьма скоро становились доступны для свободного скачивания в виде отсканированных страниц.

Важную роль в становлении специализированной системы распространения рисованных историй и в формировании у целевой аудитории читателей привычки к покупке книг сыграло, с одной

стороны, массовое появление офлайн-магазинов, специализирующееся на продаже комиксов и сопутствующих товаров. А с другой — появление комиксов на полках публичных библиотек в виде специальных секций на полках в читальных залах.

Впервые ассортимент рисованных историй как выделенная группа товаров появилась в 2005 году в магазинах Fast-anime в Санкт-Петербурге. Ближе к 2010 году, благодаря активной деятельности издательств «Комикс-Арт», «Сакура-пресс», «Фабрика комиксов», «Истари комикс», «Палма Пресс» и ряда других, в ассортименте универсальных книжных магазинов появилась возможность выделить издания рисованных историй в стиле манга и манхва в отдельный сектор в торговом зале. Расстановка изданий осуществлялась по алфавитному принципу и по сериям.

Появление в 2007 – 2011 годах издательств, специализирующихся на выпуске американских, европейских и отечественных рисованных историй, стимулировало формирование в социальных сетях (преимущественно в сети «ВКонтакте») читательских сообществ, заинтересованных в оперативном информировании и получении книжных новинок. Такая активность была обусловлена, прежде всего, тем, что в отдаленные от Москвы и Санкт-Петербурга регионы страны данный вид изданий поступал не регулярно, товароведы и комплектаторы книжных магазинов, будучи не осведомленными и не заинтересованными лично, вероятно, игнорировали необходимость в комплектации магазина такими изданиями, но даже попадая на полки магазинов эти книги оставались незамеченными потенциальным покупателем, теряясь в массиве прочих изданий. Кроме того, в силу знаковой природы информации в изданиях рисованных историй, посетители книжных магазинов в первую очередь воспринимали привычные текстовые издания и не фокусировали внимание на случайных образцах, представляющих иные по знаковой природе книжные проекты, не выделенные средствами книготоргового маркетинга в торговом зале. Забегая вперед, необходимо отметить, что опыты торговли текстовыми изданиями в специализированных магазинах комиксов и на ярмарках, на фестивалях комиксов также оказывались безуспешными. Из чего следует, что система торговли рисованными историями требует особого подхода и позиционирования.

Первый шаг на пути к формированию специализированной торговой системы заключался в том, что администраторы читательских сообществ в соцсетях начали собирать списки

на закупку изданий рисованных историй в кругу потенциальных покупателей в своем городе или регионе, затем они отправляли заказ напрямую в издательства, а получив заказ – передавали издания конечному покупателю. Важную роль в поддержке таких инициатив сыграла Санкт-Петербургская компания «Нольпель» (торговый бренд «Лавка «Апельсин»). Начиная с 1998 года эта компания занималась оптовой торговлей периодическими изданиями и имела богатый опыт работы с мелкими заказами, в том числе и в формате предоставления партий товаров на реализацию. Сотрудничество с «Лавкой «Апельсин» позволило многим региональным энтузиастам открыть специализированные магазины комиксов в своих регионах.

Первый специализированный магазин, комиксшоп, был открыт в Москве в 2010 году под названием «Чук и Гик». Авторы проекта, Иван Чернявский и Василий Шевченко, до этого имели опыт работы в качестве редакторов и переводчиков в издательстве «Комикс ЛТД». Опираясь в числе прочего и на свои профессиональные контакты, им удалось сформировать первичное наполнение магазина продукцией издательств «Комикс ЛТД», «Фабрика комиксов» и прочих. Работая с регионами магазин «Чук и Гик» также стимулировал развитие специализированных книжных магазинов, выступая в качестве одно из оптовых торговцев.

По итогам проведенного нами мониторинга, результаты которого представлены в открытом доступе на сайте Центра рисованных историй и изображений РГБМ, было обнаружено более 120 действующих специализированных магазинов комиксов в различных регионах России. Появление подобных организаций стимулировало появление местных сообществ поклонников данного вида изданий, что, в свою очередь, актуализировало необходимость в работе с данным видом изданий в региональных библиотеках, работающих с молодежью. По нашим данным, отраженным в результатах мониторинга, в России действует более 20 комикс-клубов, библиотек и центров, которые расположены в различных городах страны.

Практика работы с рисованными историями в публичных библиотеках России

Данных о практике использования рисованных историй в отечественных библиотеках до 2010 года обнаружено не было. Основываясь на этом, мы делаем вывод, что до 2010 года специальной библиотечной работы с комиксами не проводилось.

Отправной точкой для начала профессиональной библиотечной деятельности в этом направлении послужила встреча представителей книжного дела с читателями на фестивале «КомМиссия» в Москве 8 мая 2010 года. На этом мероприятии впервые был затронут вопрос об актуальности данного массива изданий в контексте библиотечного обслуживания молодёжи. Среди участников круглого стола была представитель библиотечного сообщества — директор **Российской государственной библиотеки для молодёжи (РГБМ)**. К этому моменту в фонде комиксов РГБМ имелись 230 единиц хранения, представлявшие собой издания на французском языке, переданные в дар библиотеке Посольством Франции во второй половине 1990-х гг. Эти книги числились в фондах зала литературы на иностранных языках. После участия директора РГБМ в круглом столе на фестивале «КомМиссия» руководством этой библиотеки было принято решение выделить рисованные истории в отдельный фонд и начать специальную программу по использованию комиксов в целях приобщения молодёжи к чтению. Так в августе 2010 года был учрежден сектор «**Центр комиксов и визуальной культуры**» в структуре отдела «Центр культурных и просветительских программ», имевшийся к тому времени фонд рисованных историй был передан под управление сектором.

Среди задач, поставленных перед сектором в первые годы его существования было:

- собрать актуальный фонд комиксов, манги и прочих видов рисованных историй;

- сосредоточить вокруг библиотеки как можно большее количество молодёжи, увлекающейся созданием и чтением комиксов;

- осуществлять методическую и консультативную помощь библиотекам, которые хотели бы взять использовать рисованные истории в своей работе.

В основу фонда легли не только имевшиеся издания и закупки актуального ассортимента изданий, но и дары читателей .

Первоначальная *структура фонда* была ориентирована по региональному, языковому и тематическому принципам. По языковому признаку были выделены:

- издания на русском языке

- и на иностранных языках.

По региональному признаку были выделены группы:

- азиатские комиксы (манга, маньхуа, манхва и пр.);

- американские комиксы и графические романы;

- европейские рисованные истории;

- работы отечественных авторов.

По тематическому признаку фонд был разделен на:

- художественную литературу

- и на книги по истории и теории комиксостроения.

На основе данной классификации была организована расстановка фонда в зале.

В целях формирования лояльной аудитории с первых месяцев существования Центра комиксов в залах РГБМ стали проходить встречи Московского клуба любителей комиксов под руководством художника **Алима Велитова** и переводчика **Михаила Хачатурова**. Встречи проходили ежемесячно. Как правило, структура клубной встречи состояла из лекционной части, презентации актуальных изданий, встречи с авторами или издателями и практической части, посвящённой отдельным вопросам создания рисованной истории.

В первый год существования Центра были осуществлены две региональные акции. В январе 2011 в Туле при поддержке МУК «Тульская библиотечная система» и по инициативе муниципального музея «Тульский некрополь» были устроены выставка «Эстетика комикса в современном искусстве», а также лекция и семинар для библиотекарей Тулы в МУК «Тульская библиотечная систе-

ма». В июне 2011 состоялась встреча с библиотекарями Рязани в ОЮБ им. К.Г. Паустовского, там же, при содействии Посольства Финляндии, была открыта выставка «Сарьякува. Современный финский комикс» и проведён семинар для библиотекарей города и области. В дальнейшем подобные региональные мероприятия стали регулярными.

Методическим материалом для библиотекарей и клубных работников стало ежегодное издание сборника «Изотекст». В состав сборника включались статьи, посвященные различным аспектам истории развития культуры рисованных историй в России и мире, проблемам использования этих изданий в библиотечной работе, давались обзоры наиболее ярких проектов и культурных институций (Сериатека в Швеции, Музей комиксов в Ангулеме и пр.).

Новообразованный Центр комиксов РГБМ начал активное сотрудничество с фестивалем «КомМиссия». Так совместно с издательствами «Эксмо», «АСТ», «Росмен», «Фабрика комиксов», «Сакура-пресс», «Комикс-Арт», «Бумкнига» и «Комильфо» в 2011 году на фестивале был организован проект «Открытая библиотека», в рамках которого все желающие могли воспользоваться библиотечными услугами РГБМ непосредственно на площадке фестиваля. По итогам проекта все книги, представленные на фестивале, были переданы в фонд Центра.

Первоначально проект Центра комиксов и визуальной культуры в РГБМ носил экспериментальный характер. Существовало опасение, что библиотечное сообщество воспримет идею неодобрительно. Однако по результатам первого года работы стало ясно, что работа в данном направлении актуальна и пользуется интересом в библиотечном сообществе страны. По этой причине было решено усилить данное направление в работе библиотеки: в октябре 2011 года под управление сектором были выделены новые помещения, в одном из них расположился книжно-журнальный фонд, в другом — организовано пространство-конструктор для клубных встреч, лекций и мастер-классов, самостоятельной работы читателей и выставок.

В 2013 году сектор был переформатирован в отдел «Центр комиксов и визуальной культуры» и просуществовал в таком формате до января 2016 года. За пять лет работы Центра объём фонда превысил 5 000 единиц хранения. Были осуществлены региональные проекты (выставки, лекции, семинары) в Санкт-Петербурге, Туле, Рязани, Клину, Белгороде, Великом Новгороде, Владимире, Уфе,

Твери, Самаре, Красноярске. С 2013 года Центр стал штаб-квартирой Международного фестиваля рисованных историй «КомМиссия», а руководитель Центра, А. Кунин, возглавил фестиваль. В 2014 году при поддержке Центра состоялся первый в России фестиваль комиксов и гик-культуры **Comic Con Russia**.

Важным итогом работы Центра стало появление специализированных структур, посвящённых работе с рисованными историями, в публичных библиотеках регионов России. Так в 2012 году при поддержке Центра была учреждена Библиотека комиксов в Санкт-Петербурге в структуре ЦБС им. Лермонтова. В той или иной степени РГБМ в лице Центра комиксов и визуальной культуры выступало с поддержкой подобных инициатив в Самаре, Сыктывкаре, Екатеринбурге и других городах. А тема рисованных историй в работе публичных библиотек с молодёжью стала очевидной и понятной руководящему составу библиотек и широкой общественности.

В 2016 году на базе РГБМ была учреждена Международная конференция исследователей рисованных историй «Изотекст». Традиционный сборник статей «Изотекст» был трансформирован в сборник материалов конференции. Таким образом, стала формироваться профессиональная среда исследователей данного вида изданий.

В январе 2017 года отдел «Центр комиксов и визуальной культуры» был расформирован, фонд комиксов передан в зал художественной литературы и искусства, а вместо отдела на правах методической службы создан сектор «Центр рисованных историй и изображений» в рамках отдела «Информационно-консалтинговый центр «Библиотека и молодёжь»».

«...Задача сформировать у библиотечных специалистов лояльность к комиксам была в целом решена. Появилась другая задача: донести до библиотечных специалистов и пользователей идею того, что комиксы - это жанр не вторичный относительно большой литературы и большого искусства, а «равный среди равных». Поэтому весь фонд комиксов в 2017 году был перемещён в зал художественной литературы и искусства».

Удачные проекты региональных центров и клубов комиксов, в структуре публичных библиотек, как правило основывались на имеющейся в регионе читательской активности в виде уже существующих клубов, фестивалей комиксов и наличия заинтересованных лиц, готовых к сотрудничеству с библиотекой. Так в июне 2012 года в Пензенской областной библиотеке им. М.Ю. Лермонто-

ва на базе личной коллекции художника и педагога Рашида Янова была сформирована библиотечная коллекция на правах временного хранения. В 2013 клуб любителей комиксов возник на базе Мурманской областной детско-юношеской библиотеки. С октября 2015 года в Ижевске (Удмуртия) существует библиотека комиксов на базе Библиотеки №23 ЦБС Ижевска. К 2020 году в России насчитывается не менее 20 библиотек, в которых функционируют подобные структуры.

Основным содержанием работы подобных объединений является:

- пополнение фонда рисованных историй библиотеки путем формирования рекомендательных списков,
- проведение тематических встреч, лекций и мастер-классов,
- организация и проведение фестивалей и тематических конвентов.

В 2019 году по инициативе Центра рисованных историй РГБМ в рамках Международного фестиваля «КомМиссия» была организована первая межрегиональная программа «Комикс-марафон», призванная объединить в контексте общей активности комикс-центры и комикс-библиотеки из разных регионов страны. Суть проекта в создании силами местных комикс-сообществ рисованных историй на темы, связанные с историей и культурой родного края для последующего экспонирования на фестивале в Москве. В проекте приняли участие библиотеки из Москвы, Санкт-Петербурга, Ижевска, Калининграда, Сыктывкара, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода и Ханты-Мансийска.

Сегодня публичные библиотеки России являются одним из важных источников рекомендательной информации в области чтения рисованных историй. Одним из возможных результатов такой работы можно считать увеличение интереса к продукции отечественных авторов и появление всё большего количества российских авторов рисованных историй, для которых участие в работе подобного рода библиотечных проектах является первым шагом на пути профессионального самоопределения.

Предложения по эффективной организации библиотечного обслуживания читателей рисованных историй

Россия – многонациональное государство, сложное по своему экономическому и социально-культурному составу. Поэтому, в работе с рисованными историями в различных регионах страны применимы различные инструменты или различные наборы инструментов.

Используя рисованные истории в культурно-массовой работе, важно помнить, что в зависимости от возраста читателей могут быть более актуальны те или иные *функции рисованной истории*. Так для читателей до 8 лет ключевой может быть коммуникативная функция рисованных историй, 8-11 лет – образовательная, 11-14 лет – социальная, а для читателей 15-18 лет рисованные истории могут быть актуальны в целях профессиональной ориентации.

Рисованные истории в пространстве публичной библиотеки могут быть представлены на правах разовых / регулярных тематических акций, или в рамках специального проекта, выраженного в создании комикс-клуба или комикс-библиотеки, в основе которых – формирование библиотечного фонда рисованных историй.

Организуя *пространство* для библиотечной работы с рисованными историями важно руководствоваться *принципами удобства и доступности, функциональности, соответствия времени*. В оформлении пространства важно наличие визуальных маркеров. Принцип удобства и доступности предполагает не только наличие удобных мест для чтения, но и интуитивно понятного оформления и

позиционирования библиотечного фонда. Так для аудитории 14-18 лет будет важно не только четкое разделение фонда по региональному признаку (азиатская манга и манхва, американские комиксы и т.п.), но и по ключевым сериям, издательствам или комикс-вселенным. Функциональность пространства с одной стороны должна быть выражена в том, чтобы это позволяло применять его в разных целях (библиотека, выставочный зал, клубное пространство и т.п.). С другой стороны – в нем не должно быть лишних деталей, не связанного с темой зала украшения. Все элементы, расположенные в этом пространстве должны иметь четкое и понятное назначение, ориентированное на читателей рисованных историй. Особо отметим наличие визуальных маркеров. Использование оформительских элементов, отсылающих к манге или к супергеройским комиксам, или к европейским и российским рисованным историям сразу укажет читателю, на какой возраст и группу интересов вы ориентируетесь. Так в зале, оформленном в стиле диснеевских комиксов могут не комфортно себя чувствовать поклонники американской супергероики или манги. Также не следует объединять в одном пространстве яркие образы, относящиеся к различным региональным стилям и направлениям, только если это не маркеры специальных тематических зон или обозначения представленного тут же специфического библиотечного фонда.

По характеру бытования данного пространства в библиотеке оно может быть обособленным или интегрированным. В первом случае это отдельное, изолированное помещение, где будет комфортно устраивать мастер-классы, просмотры, презентации и клубные встречи, предполагающие шумное общение, которое в ином случае может вызвать неудобство для пользователей других залов библиотеки. Однако в таком случае велика вероятность, что читательская аудитория зала рисованных историй с меньшей охотой будет вовлекаться в общую среду библиотеки. Во втором случае, когда пространство рисованных историй интегрировано в более широкое тематическое пространство библиотеки, читатели рисованных историй с большей вероятностью будут обращать внимание на другие услуги и возможности библиотеки, а кругозор нецелевых читателей пополнится знаниями о рисованных историях. Для таких целей наиболее подходящими будут зал литературы художественной, по искусству или на иностранных языках.

Работа с читателями рисованных историй предполагает, что сотрудник библиотеки погружен в специфику данного вида из-

даний, знаком с культурой, историей и основными особенностями этого вида искусства. Осведомленность в предмете, честность, ориентированность на самоуправление в читательской среде – основные принципы, которых должен придерживаться библиотечный работник.

Рассмотрим основные проблемы и вопросы, с которыми сталкиваются публичные библиотеки, приступая к работе с рисованными историями.

Мы никогда не работали с рисованными историями и не знаем, будет ли эта литература интересна нашим читателям. Но попробовать хочется. С чего начать?

Чтобы выяснить, есть ли отклик на данную тему в аудитории ваших читателей, начните с малого.

Организуйте лекцию о культуре рисованных историй. Тему лекции желательно приурочить к медиа-поводу (популярный персонаж, киноновинка, известная личность и т.п.). В качестве спикера может выступить представитель магазина комиксов из вашего или ближайшего города, где есть комикс-магазины.

Комиксы и манга различаются и по стилю, и по формату изданий. Аудитория у них тоже разная?

Да, аудитория читателей американских комиксов и японской манга различна. Так сложилось исторически. Сообщество любителей американских комиксов сформировалось под влиянием журналов, издававшихся в России в 1990-х ("Эгмонт" и др.) и 2000-х (ИД "Комикс"), а также благодаря фильмам и сериалам по мотивам американских комиксов. Аудитория поклонников манга развилась в нашей стране благодаря движению любителей японских мультфильмов, аниме. Это отдельная субкультура со своими примечательными элементами: косплей, аниме-фестивали и т.п.

Библиотека открывает клуб любителей комиксов. Какое материально-техническое оснащение для этого потребуется?

Для полноценной работы комикс-клуба достаточно иметь звуковую аппаратуру (колонки), проектор с экраном и компьютер (но-

утбук) для демонстрации видео и изображений. Иногда требуется микрофон. Это – необходимый минимум. Кроме этого мы часто используем док-камеру для того, чтобы транслировать на экран процесс рисования художником в режиме онлайн, и веб-камеру для организации интернет-трансляций и видео-конференций по "Скайпу". Если нет док-камеры, то можно использовать портативную веб-камеру, прикрепленную на штатив и подключенную к компьютеру через USB.

Для практических мероприятий потребуется бумага (в зависимости от техники. Если дело не касается акварели, то подойдёт и обычная офисная бумага), карандаши, маркеры, линейки, ластик. Практические мероприятия лучше ориентировать на группы не более 10 человек.

Почему существующий в городе комикс-клуб может захотеть сотрудничать именно с библиотекой?

Библиотека – это самый лучший партнер для комикс-клуба. Во-первых, библиотека заинтересована в молодёжной аудитории комикс-клуба, которая может увлечься и другими услугами библиотеки. Во-вторых, библиотека имеет возможность закупать книжки и предоставлять их для бесплатного чтения, а комикс-клуб – лучшая рекомендательная база для формирования и пополнения фонда комиксов.

Плюсы сотрудничества с библиотекой:

- возможность регулярно собираться (бесплатно),
 - бесплатный интернет и техническое обеспечение встреч,
 - тут можно собрать коллекцию комиксов для публичного чтения,
- плюс библиотека будет покупать новинки, которые интересны клубу.

Минусы сотрудничества с библиотекой:

- договориться не всегда удаётся,
 - есть график работы библиотеки и нельзя засиживаться дольше.
- Кроме библиотеки для встреч комикс-клуба могут подойти кафе, антикафе, дома культуры/творчества.

Плюсы сотрудничества:

- оснащённость всем необходимым,
- легко договориться с площадкой.

Минусы сотрудничества:

- в кафе надо что-то покупать или платить аренду, в антикафе – платить за время,

- собрать библиотеку комиксов в антикафе и ДК можно, но только силами клуба; и её сохранность и пополнение тоже только на плечах участников клуба. А в кафе эта опция просто отсутствует.

Ещё один интересный вариант – собираться в школе или университете.

Плюсы сотрудничества:

- есть помещение и оборудование.

Минусы сотрудничества:

- нельзя собрать библиотеку,

- тем, кто не является учащимся этого заведения, сложно попасть на встречи.

Здесь можно добавить клубы по месту жительства. Если они есть в городе. Можно прийти с предложением в тематический кружок. Ближе всего по теме – Кружок рисунка. Такой кружок можно организовать самостоятельно. В таком случае надо написать учебную программу и предложить руководству. Также понадобится подтверждение, что народу собирается много. Так как если будет дано добро на реализацию программы, надо будет по журналу учёта набрать 64 человека в диапазоне возраста от 7 до 18 лет.

Минусы: нужно быть профессиональным педагогом и разбираться в делопроизводстве.

На что обратить внимание при создании комикс-клуба в библиотеке?

Важно, в каком пространстве будут проходить встречи. Аудитория, которая собирается на комиксные мероприятия, весьма подвижная. Поэтому желательно обеспечить непринуждённую обстановку: стол для чая (всё к чаю ребята обычно приносят сами), возможность покидать лекционное пространство в любой момент и общаться в кулуарах...

Важно и то, как будет оформлено пространство, где проходят встречи, оно должно выглядеть современно. В оформлении пространства могут помочь местные художники-комиксисты.

Необходимо иметь первоначальный фонд комиксов. Без книг говорить о комиксах бессмысленно.

Очень важны люди, организующие рабочий процесс. Желательно, чтобы руководителями и главной движущей силой клуба были люди со стороны, читатели библиотеки, которые сами страст-

но интересуются комикасами. Как правило, вокруг них уже есть определённый круг энтузиастов, которые готовы всячески помогать: размещать анонсы по соцсетям, придумывать содержание встреч и прочее.

Кроме того, есть смысл вступать в контакт с организациями, которые, косвенно или напрямую, заинтересованы в популяризации чтения рисованных историй. Это могут быть отечественные фонды, магазины, комикс-блогеры, издательства и культурные организации, иностранные культурные центры (финны, французы и т.п.). Они могут помочь в организации визита отечественного или иностранного комиксмейкера, обеспечить призовой фонд и пр.

Не надо заикливаться на комиксе как таковом, а представлять рисованные истории с более широкой позиции визуальной культуры, рассматривать их как связующее звено между литературой, кинематографом, мультипликацией и системой восприятия визуального в принципе. Но однозначного алгоритма работы с комиксом нет. И наш путь может оказаться не вполне приемлемым для вашей аудитории и задач.

Как проходят мероприятия в комикс-клубе?

Ребята идут в комикс-клуб, чтобы весело провести время, пообщаться с друзьями, познакомиться с новыми людьми, поделиться своими знаниями и почувствовать собственную значимость, а также – узнать что-то новое. Причем, степень значимости задач располагается примерно в таком порядке, поэтому желательно, чтобы образовательная часть (лекция, мастер-класс) была не главной, а равной в числе прочего.

Встречи комикс-клуба в РГБМ как правило строились по такому сценарию:

- *Творческая встреча с комиксистом* (карикатуристом, иллюстратором, блогером и т.п.). Формат встречи может быть и дистанционным: скайп-конференция, например,

- *презентация комикс-новинок* (новые издания, пополнения фонда, новости мира комиксов, рассказы участников клуба о тех комиксных событиях, в которых им удалось поучаствовать) или выставки;

- *лекция*, посвященная известному персонажу, явлению, автору или просмотр тематического кино, мультфильма, передачи;

- *мастер-класс по рисованию или сценарному мастерству.*

По нашему опыту, продолжительность клубной встречи не должна быть больше трёх часов. Между блоками должны быть перерывы в 10-15 минут.

Обычно клубный вечер состоит из двух или трёх блоков. Причём третий блок, как правило, практический. Его можно провести в самом начале, пока основная аудитория только собирается, или в конце.

Помимо пространства, в котором проходят мероприятия клуба, в ближайшем доступе было место, где люди могут пообщаться и выпить чаю. Эти две локации должны функционировать одновременно в течение всего времени клубной встречи.

У нас есть комикс-клуб! Что делать, чтобы о нас узнало больше ребят, которым интересны комиксы?

Вся жизнь клуба должна отражаться в соцсетях: в фейсбуке, инстаграме, в вконтакте и т.п. Причём, если ваша аудитория взрослая (25-35 лет и старше), то активнее действовать надо в фейсбуке. Если аудитория моложе, то полезнее будет паблик во вконтакте. И обязательно используйте инстаграм.

Наличие сайта для комикс-клуба сегодня не особо актуально.

Не забывайте "дружить" с пабликами по смежным темам в соцсетях. Разместите ссылку на дружественный паблик в блоке ссылок у себя и попросите их ответить тем же.

Не стесняйтесь просить дружественные паблики делать репосты ваших важных анонсов. Но помните, что это актуально лишь в том случае, если дружественный паблик ориентирован на аудиторию из вашего города

Очень полезно будет подружиться с местным магазином комиксов (если такой имеется) или гик-атрибутики. В магазине можно размещать афиши мероприятий, рекламные листовки и открытки, а также продавать продукцию участников клуба (те же открытки, значки, сумки, сборники комиксов).

Совместно с магазином можно устраивать квизы или конкурсы с призами от магазина.

Если в вашем городе проходят большие праздники и фестивали (молодёжные, книжные, анимефесты и комикс-фестивали и т.п.) старайтесь участвовать в них. Особенно в тематических комикс-фестивалях.

Формат участия – лекции, мастер-классы, выставки. Лучше, если организатор клуба возьмёт на себя работу по формированию комикс-блока. Тогда он сможет использовать эту площадку и в рекламных целях, чтобы больше народу узнало о его комикс-клубе.

Обычно сотрудничество между комикс-клубом и фестивалем проходит на бартерной основе. Даже если фестиваль берет с посетителей деньги за билеты.

О чем и как писать в паблике комикс-клуба в соцсетях?

Наиболее важные темы:

- анонсы встреч и важных событий из жизни клуба,
- фотографии и отчёты о прошедших встречах и прочих мероприятиях,
- информационные посты (ко дням рождения известных деятелей комикс-культуры, про новые книги, про пополнения вашего фонда комиксов в библиотеке, про теоретическую литературу в помощь изучающим мировую культуру комиксов),
- репосты материалов дружественных или близких по тематике пабликов, которые могут быть полезны участникам вашего клуба.

Полезные советы:

- публикуйте отчёты про каждое мероприятие со всеми ссылками на причастных к его организации ребят из вашего клуба. Им будет приятно, и они с большей охотой будут подключаться в дальнейшем. А ещё, конечно, будут репостить новости, где их упомянули,
- старайтесь не делать публикации слишком часто, иначе их просто могут пропустить в ленте,
- помните, что одна красивая картинка в посте – важнее, чем куча слов перед ней. Не пишите слишком большие тексты в постах, это не привлекает внимание,
- если вам нужно разместить большой текст с картинками, то делайте "сториз" (функция "Статья" во вконтакте, функция "Заметка" в фейсбуке), это будет выглядеть опрятно и красиво в ленте,
- придумайте свои уникальные хэштеги и не забывайте их ставить в постах, да и вообще не забывайте пользоваться тегами и отметками геопозиции,
- соблюдайте авторское право. При размещении фотографий, страниц комиксов, иллюстраций, которые сделали не вы сами, указывайте ссылку на автора или источник.

Что ещё может устраивать наш комикс-клуб, кроме регулярных встреч?

- Выезжать на тематические мероприятия в своем или в любом другом городе,
- выпускать сборники комиксов, созданные силами участников клуба,
- сотрудничать с библиотеками при организации некомиксных мероприятий как внутри, так за пределами библиотек,
- помогать муниципальным организациям в проведении курсов комиксов,
- участвовать в жюри таких конкурсов,
- выступать экспертами по комиксам в местных СМИ,
- устраивать групповые походы участников клуба на пленэр, фестиваль, выставку, презентацию комикса в комиксшопе.

По всем вопросам просьба обращаться к сотрудникам
Центра рисованных историй и изображений РГБМ
izotext@rgub.ru, kunin@rgub.ru
Официальный сайт: izotext.rgub.ru

Следите за нами в социальных сетях:
vk.com/izotext
facebook.com/izotext
instagram.com/rgbm_comics
t.me/izotext

СОДЕРЖАНИЕ:

Введение

3

Специфика рисованных историй
(комиксы, манга и т.п.)

5

Обстоятельства формирования
специализированной системы распространения
рисованных историй в России

14

Практика работы с рисованными историями
в публичных библиотеках

17

Предложения по эффективной организации
библиотечного обслуживания читателей
рисованных историй

22

Практика работы библиотеки с рисованными историями как видом издания

Методические рекомендации

Подписано в печать 01.09.2020. Формат 60x80/16. Заказ № 75.
Отпечатано в Секторе оперативной полиграфии РГБМ

Российская государственная библиотека для молодёжи
Большая Черкизовская ул., 4, корп.1
Москва, 107061