



ЧТО И КАК ПИАРИТЬ БИБЛИОТЕКЕ?

Любовь Казаченкова,
главный редактор журнала «Современная библиотека»,
editor@modern-li.ru, Lkazak@mail.ru
сайт: modern-lib.ru

НЕМНОГО ТЕОРИИ

Паблик рилейшнз, ПР (public relations, PR) — это функция управления, продуманные, спланированные и постоянные **усилия и действия**, имеющие цель установить и поддерживать **взаимопонимание между организацией и общественностью**.

НЕМНОГО ТЕОРИИ

ПР-деятельность можно обобщенно представить в виде двух направлений:

- **изучение мнения общественности**; информирование о нем руководство организации;
- **создание и распространение информации**, позволяющей общественности уяснить политику и деятельность данной организации.

НЕМНОГО ТЕОРИИ

Принципы ПР-деятельности:

- взаимная польза организации и общественности;
- честность, правдивость и открытость, этичность при работе с общественностью и СМИ;
- результативность, то есть осуществление коммуникаций до достижения взаимопонимания между организацией и общественностью;
- использование научных методов изучения общественного мнения (выводы психологии, социологии, политологии, других социально — экономических наук).

НЕМНОГО ТЕОРИИ

Кто и что такое «общественность»?

ВНЕШНЯЯ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ:

- работники СМИ;
- поставщики товаров и услуг, партнеры;
- потребители/пользователи/читатели;
- местные жители;
- государственные органы;
- инвесторы (реальные и потенциальные);
- группы специальных интересов (работники системы образования, спорта, здравоохранения, социальные группы и т.д.).

ВНУТРЕННЯЯ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ:

- это люди, входящие в состав организации всех должностей: от уборщицы до директора.

Комплекс маркетинговых коммуникаций



ЧТО?



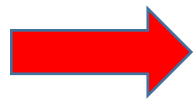
СОБЫТИЯ



РЕСУРСЫ



УСЛУГИ



БРЕНД



ЧЕЛОВЕКА

ЯРКИЕ, УНИКАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ и СОБЫТИЯ

Библиотека им. Ф.М. Достоевского. Её проект «Достоевский на каждый день».

Совместно с профессиональной студией REC-Square, тренинговым проектом «Голос. Лаб». Каждое утро в 10:00 звучит Достоевский и на **1,5-минутый ролик** представляет какую-то цитату великого писателя (fb.com/dostoevskylib; vk.com/dostoevskylib).

Финансирование: вскладчину все участники 😊

ЦБС ЗАО г. Москвы.

1. Проект – уникальные чистящие салфетки.

Финансирование: коммерческий проект с кредитованием и инвестициями.

2. Международный литературный проект ЦБС ЗАО «Новые добрые сказки – 2».

Финансирование: ЦБС ЗАО, Благотворительного фонда "ДЕТИ-ДЕТЯМ", Академии современного обучения "Возрождение" и Центра развития эмоционального интеллекта.



РЕСУРСЫ

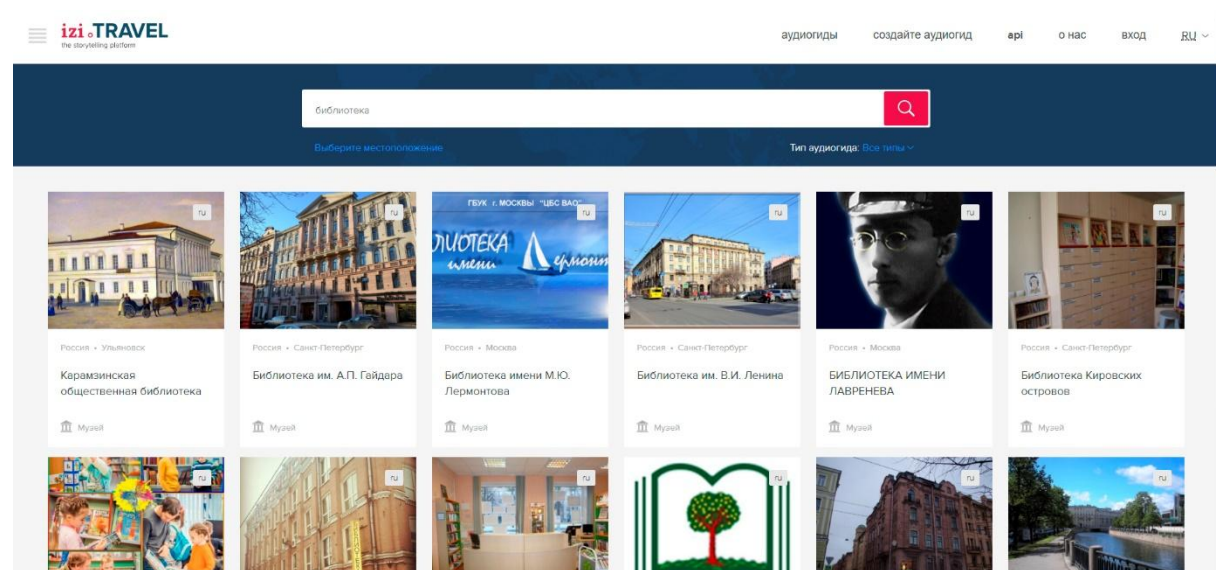
Белгородская ОУНБ, Тверская ОУНБ и др.— организация патентного отдела.

Предложение: организация специализированных служб (патентных, тифлоориентированных и т.д..

Астраханская областная библиотека для молодёжи им. Б. Шаховского – проект «Живые улицы» (12 серий видеороликов размещены в социальных сетях)

Предложение: организация информационной поддержки привлекательного регионального туристического кластера.

Пример: платформа IZI. Travel (<https://izi.travel/ru>) на 11 языках. В Москве с ней работают ЦУНБ им. Н. Некрасова, Библиотека-читальня им. И.Тургенева. В стране – это Астраханская ОБМ, Иркутская ОУНБ и многие другие. Сейчас на платформе уже около 200 роликов о библиотеках, выставках и достопримечательность в контексте туристической карты городов.



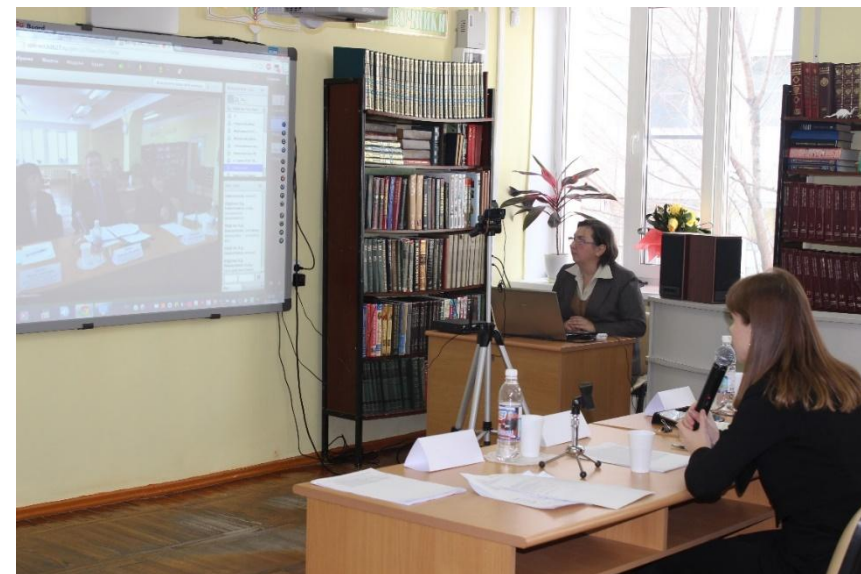
**Бесплатные экскурсии
Проекты по теме «Гений места»**

УСЛУГИ

- **Хабаровская краевая детская библиотеки им. Н.Д. Наволочкина.** В 2014 г. создала свою Автономную некоммерческую культурно-просветительскую организацию «Точка роста». Основной упор, помимо прочего, ЖКХ.
- **Финансирование:** начальное 465 тыс. руб. — краевой конкурс субсидий Правительства Хабаровского края для социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО).

В целом на проект привлечены 1,015 млн руб., из них внебюджетных средств – 551 тыс. руб. за 2014 г. Сейчас проект продолжается.

- **Информация:** Администрация края, Министерство ЖКХ и Общественная палата края, сайты библиотек.



УСЛУГИ

ЦБС г. Норильска: организация FabLab (три фрезерных станка, один лазерный, два плоттера – режущий и печатный, токарный станок, формовочная машина, несколько 3D-принтеров и 3D-сканер).

Финансирование: 6 млн руб. как грант в рамках благотворительной программы «Мир новых возможностей» ГМК «Норильский Никель»

РетроЛаб в одной из ЦБС Санкт-Петербурга

ЦБС № 2 Губкинского района Белгородской области: создание любительского художественного фильма «Руки матери» по повести Владислава Мефодьевича Шаповалова (<https://ok.ru/rukimateri>)

Финансирование: личная помощь депутата Госдумы по Белгородской области А.В. Скроча/

БРЕНД

Пример. ЦБС г. Омска. Проект модернизации нескольких библиотек системы без привлечения бюджетных средств.

✓ **Финансирование:** внебюджетная деятельность и спонсорские средства.

«Библиотекарь красивый». 10 лет.



БРЕНД

Библиотекарь, читатель/пользователь, издатель/партнер

Анна Кастильо Мехиа, Ижевская ЦБС

- Люди с ограничениями в физическом развитии.
- Люди пожилого возраста.
- Дети.



КАК ПИАРИТЬ

СМИ:

- Печатная журналистика,
- PR-отношения (работа с пресс-релизами),
- Web- ресурсы

А как писать о библиотеке:

рекомендации для библиотекарей

ГЛАВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

- **Интерес**
- **Актуальность**
- **Необычность**
- **Полезность**
- **Новизна**

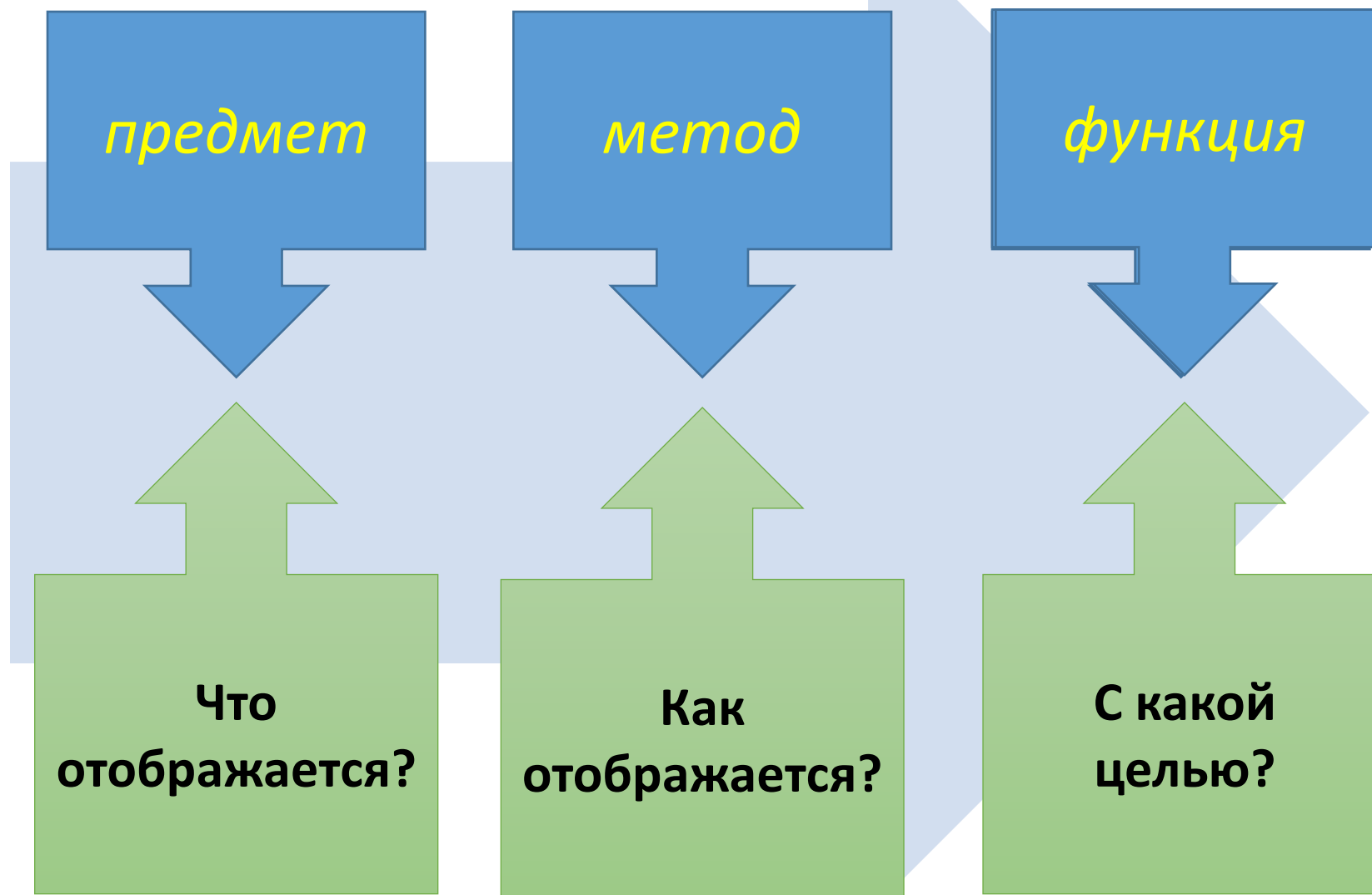
ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ ЖУРНАЛИСТИКИ

- **Люди**
- **Отношения между ними**
- **Их отношение с окружающим миром**

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БИБЛИОТЕЧНЫХ ТЕКСТОВ

- **Адам хорош, но зачем начинать с него...**
- **Ты скажи, что тебе надо...**
- **Ой, великий и могучий язык...**

ЖАНРООБРАЗУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ



ЖАНРЫ ПРИКЛАДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

НОВОСТНЫЕ

- **Предмет** – событие; **метод** – ответ на 6 основных вопросов (Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом?). **Функция** – объективный рассказ о событии

рациональные

- **Предмет** – связь события с другими событиями, причины и возможные последствия; **метод** – логический анализ; **функция** – вписывание известного события в контекст

эмоциональные

- **Предмет** – человек, событие уходит на второй план; **метод** – описание людей в различных ситуациях; **функция** – вызов эмоциональной реакции читателей.

**Расскажу я вам, ребятушки,
сказку старую, старинную...**

Группа жанров	Название жанра	Краткое описание
Новостные жанры	Короткая новость	Сообщение объемом 10–20 строк, содержащее ответы на шесть основных вопросов
	Расширенная новость Мягкая новость Информационная заметка	Сообщение, содержащее, помимо сути, деталь/и события – подробный рассказ о нем и/или бэкграунд – дополнительную информацию, не связанную с событием, но помогающую его понять.
	"Песочные часы"	Сочетание "перевернутой" и прямой пирамид
	Информационное интервью	Интервью с участником или очевидцем события

НОВОСТНЫЕ ЖАНРЫ



Предыстория

Важные детали

**Что? Кто? Где? Когда?
Почему? Как? Что
получилось в результате**



**Что? Кто? Где? Когда?
Почему? Как?**

**Важные
подробности**

**Другая доп.
информация,
предыстория**

РОССИЯ-БРАЗИЛИЯ: ДИПЛОМАТИЯ В «ЦИФРЕ»

В преддверии саммита лидеров стран – участниц «Группы двадцати» в Президентской библиотеке им. Б. Ельцина откроются новые материалы по истории российско-бразильских дипломатических отношений в 1825–1896 гг.

Президентская библиотека оцифровала микрофильмы уникальных документов – первые донесения бразильских дипломатов, написанные в период зарождения двусторонних отношений. Материалы в объёме свыше 33 тыс. листов были отобраны в Историческом архиве бразильского Министерства иностранных дел и рукописном отделе Национальной библиотеки Бразилии профессором Борисом Комиссаровым. Он передал материалы на оцифровку в Санкт-Петербург.

Эта коллекция представляет огромный интерес для изучения истории отношений России и Бразилии.

РОССИЯ-БРАЗИЛИЯ: ДИПЛОМАТИЯ В «ЦИФРЕ»

В преддверии саммита лидеров стран – участниц «Группы двадцати» в Президентской библиотеке им. Б. Ельцина откроются новые материалы по истории российско-бразильских дипломатических отношений в 1825–1896 гг.

Президентская библиотека оцифровала микрофильмы уникальных документов – первые донесения бразильских дипломатов, написанные в период зарождения двусторонних отношений. Материалы в объёме свыше 33 тыс. листов были отобраны в Историческом архиве бразильского Министерства иностранных дел и рукописном отделе Национальной библиотеки Бразилии профессором Борисом Комиссаровым. Он передал материалы на оцифровку в Санкт-Петербург.

Эта коллекция представляет огромный интерес для изучения истории отношений России и Бразилии.

До формирования коллекции использовались лишь российские документы по этой теме, хранящиеся в Архиве внешней политики Российской империи Историко-документального департамента МИД РФ. Благодаря полученным данным, переданным бразильской стороной, появилась возможность получить предельно объективную информацию об отношениях между двумя государствами.

Например, для истории дипломатических отношений двух стран большое значение имеют даты признания одной страны другой и установления дипломатических отношений. Сейчас, благодаря разделу коллекции «Бразильские дипломатические миссии в Лондоне в 1827–1828 гг.», содержащему 1413 листов ранее неизвестных документов, появилась возможность установить, что 9 декабря 1827 г. министр иностранных дел граф Нессельроде подписал циркулярное письмо всем российским дипломатическим представителям за границей с сообщением об официальном признании южноамериканской империи. Это же касается даты установления дипломатических отношений. Ею считается 3 октября 1828 г., когда Николай I подписал указ о назначении в Бразилию первого российского посланника Франца Францевича Бореля.

Коллекция, хранящаяся в Президентской библиотеке, даёт возможность сопоставить донесения российских посланников и поверенных в делах в Рио-де-Жанейро с донесениями бразильских дипломатических представителей в Петербурге за весь более чем шестидесятилетний период отношений двух империй. Эти документы насчитывают около 22 тыс. листов.

Обширная часть коллекции, насчитывающая свыше 11 тыс. листов, представляет собой бразильский архив генерального консула России в Рио-де-Жанейро в 1832–1843 гг. Юлия (Юлиуса) Александровича Валленштейна.

После окончательной расшифровки и описания документов, посвящённых истории российско-бразильских дипломатических отношений в 1825–1896 гг., они будут широко представлены в Президентской библиотеке и войдут в различные исторические коллекции. Также материалы могут быть использованы для проведения встреч на государственном и дипломатическом уровне.

«Песочные часы» – это сочетание двух треугольников.

Верхний – «перевернутая пирамида», рассказ о событии от самого важного к менее важному. Нижний – это повествование, рассказ о событии в том порядке, как оно происходило.

Схема хороша при описании динамичных событий (чрезвычайных происшествий, вообще происшествий, очень важных событий, уникальных). После краткого изложения идет повествование «по словам очевидца». Далее подробный рассказ с соблюдением хронологии события, чтобы дать возможность читателям не только узнать о случившемся, но и наблюдать, как событие происходило.

ДОСТУПНЫЙ ДОСТОЕВСКИЙ

Мысли и изречения Достоевского – в раритетных книгах на портале
Президентской библиотеки им. Б.Н. Ельцина

К 194-летию Фёдора Михайловича Достоевского, отмечаемому 11 ноября 2015 г., Президентская библиотека представила на своём портале электронные копии раритетных изданий – [«Дневник писателя»](#) за 1877 г. и [«Задачи русского народа»](#) 1891 г.

Также на портале www.prlib.ru в открытом доступе есть и другие редкие книги начала XX в., раскрывающие личность и творчество писателя-мыслителя.

Президентская библиотека при поддержке Института русской литературы (Пушкинский Дом) РАН намерена детально исследовать взаимосвязь Ф. М. Достоевского с деятельностью Святейшего Синода, в историческом здании которого расположилась первая электронная национальная библиотека России.

ДОСТУПНЫЙ ДОСТОЕВСКИЙ

Мысли и изречения Достоевского – в раритетных книгах на портале Президентской библиотеки им. Б.Н. Ельцина

К 194-летию Фёдора Михайловича Достоевского, отмечаемому 11 ноября 2015 г., Президентская библиотека представила на своём портале электронные копии раритетных изданий – [«Дневник писателя»](#) за 1877 г. и [«Задачи русского народа»](#) 1891 г. Также на портале www.prilib.ru в открытом доступе есть и другие редкие книги начала XX в., раскрывающие личность и творчество писателя-мыслителя.

Президентская библиотека при поддержке Института русской литературы (Пушкинский Дом) РАН намерена детально исследовать взаимосвязь Ф. М. Достоевского с деятельностью Святейшего Синода, в историческом здании которого расположилась первая электронная национальная библиотека России.

Как известно, писатель был хорошо знаком с одним из ярчайших обер-прокуроров Константином Победоносцевым, взгляды которого разделял и обменивался с ним своими воззрениями. Кроме того, Достоевский хорошо знал и ценил Петра Цейдлера, педагога и благотворителя, преподавателя русской словесности в Гатчинском Николаевском сиротском институте, с 1860 г. члена Общего присутствия Духовно-учебного управления при Синоде и начальника синодального архива. Об этом факте из жизни великого писателя сообщил член рабочей группы проекта воссоздания истории библиотеки Синода, ведущий научный сотрудник Пушкинского Дома профессор Константин Баршт.

Фёдор Михайлович Достоевский считал П. Цейдлера высоконравственным человеком. Работая над январским выпуском «Дневника писателя», он делает ряд записей, связанных с замыслом нового романа, в центре которого намеревался поставить фигуру «твёрдого и умиленного человека», в связи с чем упоминается вместе с Ф. П. Гаазе и П. М. Цейдлер, который всю жизнь занимался спасением и воспитанием брошенных детей.

«Дневник писателя» — это издание Фёдора Достоевского, в котором автор в публицистической форме откликался главным образом на волновавшие его события современности. Кроме того, там можно найти и художественные произведения русского классика — рассказы, очерки, воспоминания. Изначально «Дневник писателя» еженедельно публиковался в журнале «Гражданин», а потом превратился в самостоятельные ежемесячные выпуски. На портале Президентской библиотеки представлен выпуск за весь 1877 г. В нём, например, можно обнаружить призыв Фёдора Михайловича не стыдиться своих убеждений: «Кто имеет сказать слово, тот пусть говорит, не боясь, что его не послушают, не боясь даже и того, что над ним насмеются и что он не произведет никакого впечатления...»

Достоевский основывал своё жизнеописание на православии, только в нём он видел истинное вероисповедание. Писателя всегда интересовали связи божественного и земного, пути к возрождению, пути к спасению человека через познание Бога. Творчество Достоевского актуально и в наши дни, его произведения современны для любой эпохи и любого времени. Писателя интересовал дух человека, и сам человек был для него существом духовным. Также на портале Президентской библиотеки можно найти и другие изречения и афоризмы Достоевского. Так, например, они широко представлены в книге Владимира Андерсона [«Светила русской мысли. Толстой, Достоевский, Влад. Соловьёв»](#) 1904 г.

«Мягкая» новость – рассказ о событии в хронологическом порядке в противоположность "жесткой" новости, когда о событии рассказывают, начиная с самого важного и кончая наименее важным. Возможны эмоции журналиста, но скрытые, не явные!

Главный критерий – объективность при изложении материала! Не фантазии, нет домыслам!

Жанры рацио- нальной публици- стики	Ньюс-фиче (News-Feature – новостная история)	Рассказ о тенденции, которую подметил журналист за единичными событиями
	Комментарий	Разъяснение и оценка уже известного события
	Аналитическая статья	Представление темы в виде тезиса и антитезиса с последующим уточнением тезиса при запрете журналисту высказывать свое мнение
	Экспертное интервью	Комментирование событий и явлений профессиональным экспертом

Ньюс-фиче (News-Feature – новостная история)

Данный жанр хорош для описания не отдельных событий, а тенденций, которые увидел журналист за этими событиями. Еще этот жанр иногда называют "Trend-Story" (англ. "трендовая история"), потому что написанные в нем статьи посвящены определенным трендам. Эти статьи пишутся без слова "вчера", рассказывая о тенденциях, о переменах в жизни, которые не заметили другие СМИ, занятые отдельными событиями, происходящими "сейчас".

Начинается ньюс-фиче всегда со сцены или ситуации – «крупного плана» события, позволяющего читателю сразу вникнуть в него

Формула написания статьи следующая:

"Основной абзац" – ввод в тему, объясняющий, почему она важна и почему читателю следует об этом читать (ответы на вопросы "Что?" и "Ну и что?").

Разработка темы – детали, бэкграунд, ответы на вопросы: "Почему это происходит?" и "Что по этому поводу можно сделать?"

"Кикер" – концовка статьи в виде неожиданного поворота темы, разрушающая исходные представления читателя и заставляющая его задуматься.

Минимальный размер ньюс-фиче – 50–60 строк с обязательными двумя примерами и тремя общими планами. Если размер статьи превышает 150–200 строк, ее рекомендуется разделить на главки, каждая из которых должна сама по себе быть выполнена как ньюс-фиче – с конкретным примером в начале главы, "основным абзацем", сменой планов и неожиданным, заставляющим по-иному взглянуть на проблему окончанием.

Придумайте идею для подобной статьи!

Аналитическая статья

В отличие от ньюс-фиче, обращена в гораздо большей степени к логическому мышлению, к представлению темы в виде тезиса и антитезиса, а также поддерживающих их аргументов.

При этом **журналисту запрещается напрямую высказывать свое мнение** (этим аналитическая статья отличается от комментария), все доводы следуют от третьих лиц. Более того, журналист должен допускать правоту как тезиса, так и антитезиса, а не склоняться к безоговорочной поддержке одной из точек зрения. Окончательный вывод всегда остается за читателем, которому предлагается как можно более широкий спектр аргументов. Выводом в аналитической статье является не столько победа тезиса, сколько его уточнение с учетом аргументов, поддерживающих антитезис.

Объем - 200–500 строк. Более подходят для журналов или еженедельных газет. Небольшое количество аналитических статей объясняется относительно высокой себестоимостью материалов этого типа.

Жанры эмоциональной публицистики	Репортаж	Рассказ очевидца, позволяющий достичь "эффекта присутствия"
	Фиче	История, написанная от третьего лица, но также дающая возможность пережить случившееся
	Личностное интервью	Раскрытие человека через его суждения и рассказанные им эпизоды из жизни
	Портрет/очерк	Раскрытие человека через его поведение в обычных жизненных ситуациях

Репортаж – это **рассказ очевидца**, написанный так, чтобы дать возможность читателю почувствовать себя на месте события. Главное в репортаже – **эффект присутствия**, когда читатель словно видит, слышит и воспринимает происходящее вместе с журналистом.

- ✓ репортаж читают не ради того, чтобы узнать о событии (обычно новостная информация в репортаже минимальна), а чтобы это событие пережить;
- ✓ журналист воспримет событие по-своему и по-своему о нем расскажет, репортаж по своей сути не претендует на объективность;
- ✓ правдивость репортажа определяется искренностью журналиста, стремлением как можно точнее увидеть и прочувствовать событие.

Репортаж - самый древний жанр журналистики. В жанре, близком к современному репортажу, написал рассказы о своих путешествиях древнегреческий ученый-историк Геродот. Тогда же проявилась одна из особенностей репортажа: чтобы заинтересовать читателя, он должен сообщать о чем-то далеком, что читатель не может сам увидеть, а не о том, с чем человек и так сталкивается каждый день.

Репортаж должен «преодолевать дистанцию»!

ПЯТЬ ПРИНЦИПОВ УСПЕШНОГО РЕПОРТАЖА

(по немецкому ученому Михаэлю Халлеру (Michael Haller))

1. **Задача журналиста-путешественника – преодолеть дистанцию**, чтобы сделать близким далекое и чужое. Это далекое и чужое проявляет себя через переживания журналиста, которыми он хочет поделиться.
2. **Задача журналиста-свидетеля – преодолеть барьеры**, чтобы сделать доступным неизвестное и спрятанное. Это неизвестное и спрятанное становится близким через описание событий. Репортаж – это мостик к событиям, которые происходят и без журналиста.
3. **Журналист дает возможность читателю почувствовать себя участником событий**. Поэтому язык репортажа, рассказывающий и описательный, а происходящее передается конкретно, чувственно и непосредственно.
4. **Журналист преодолевает социальную дистанцию и институциональные барьеры**, то, что граждане самостоятельно преодолеть не могут.
5. Каждая хорошая репортажная тема предполагает преодоление или дистанции, или барьеров. Если же тема содержит и то и другое, тогда она для репортажа подходит идеально. **Если тема обыденная, то журналист должен найти какой-то неожиданный ее аспект, например рассказать о ней "с другой стороны прилавка"**, из-за кулис, чтобы знакомую ситуацию показать как новую. Еще один прием – провоцирование событий, чтобы сделать их центром репортажа.

Обязательны для репортажа



Сбор материала - знать все по максимуму.



Посещение места события.



Особенный аспект события — это *неизвестная для читателя сторона темы*. Пример, городской праздник



Эмоции. Их надо переживать. Явление *описываем, а не оцениваем*. Оценку даст читатель.



Общение с людьми.

В чем разница в общении при подготовке новости и репортажа?

Сроки. Репортаж — это всегда движение от точки А к точке В, путь, который проделывает читатель вместе с журналистом.

Необходимо различать интервью как метод сбора информации в журналистике и интервью как жанр, когда текст оформляется в виде вопросов журналиста и ответов собеседника.

Виды интервью как жанра

- ✓ предметное (о ситуации в какой-то сфере деятельности),
- ✓ личностное (о человеке),
- ✓ предметно-личностное (о человеке в привязке к какому-то делу).

Виды вопросов

- ✓ открытые вопросы (с вопросительным словом);
- ✓ закрытые (предусматривающие ответ "да" или "нет");
- ✓ вопросы в зависимости от функции в интервью – предметные (для получения информации), управляющие (для управления диалогом) и поведенческие (для манипулирования собеседником).

Виды вопросов к интервью

вопросы в зависимости от функции в интервью

- **предметные** (для получения информации),
- **управляющие** (для управления диалогом):

открывающие

пример: *Ваша библиотечная система развивается очень активно. А это правда, что вы не хотели становиться ее директором?*

переходные - содержат часть высказывания собеседника и новый вопрос

пример: *Вы сказали, что ваше хобби – вязание. А как вы относитесь к новому популярному рукоделию – квиллингу?*

фильтрующие - содержат фрагмент ответа и просьбу об уточнении.

утверждающие - это восклицание и просьба рассказывать дальше.

пример: *Вы выиграли миллион долларов! И куда ж вы их потратили?*

когнитивные - предлагает осмыслить и оценить только что прозвучавший ответ.

пример: *Вы не находите это высказывание преувеличенным?"*

- **поведенческие** (для манипулирования собеседником).

суггестивные – когда один ответ, предложенные журналистом, предпочтительнее других.

пример: *Странно, всем интересен НЭБ, а вам нет. Вы такой ярый противник технологий?*

вопросы-ловушки: *Вы уже бросили пить?*

вопросы-намеки:

пример: *Вы знаете, каким бюджетом располагает обычная семья в малом городе? – Да – Тогда как вы можете закрыть бесплатную библиотеку или требовать плату за обслуживание?*

провоцирующие, усилительные: *И это вы тоже не говорили? Или Почему вы так нервничаете?*

Соотношение устной и письменной речи

1 минута = 10 строчкам.

Исправления при согласовании интервью допустимы, если журналист искажил слова собеседника, факты либо если за время, прошедшее с момента интервью, объективно произошло нечто, заставившее собеседника изменить свои взгляды.

Не подлежат согласованию **заголовки** и **лид** интервью.

Интервьюируемый не имеет права снимать вопросы журналиста (в этом случае вопрос пойдет в тексте без ответа), дописывать то, чего он не говорил, и править стиль интервью.

Российское законодательство обязывает предоставлять собеседнику текст интервью для визирования.



1. Не нервничать. У вас есть диктофонная запись!
2. Отказаться от публикации интервью.
3. Поставить собеседника перед выбором: либо он возвращает текст в исходный вид, либо возмещает журналисту гонорар.
4. Сообщить собеседнику, что его нынешние "исправленные" ответы редакцию не устраивают, и потребовать новой беседы.
5. Публиковать интервью в первоначальном виде, а в случае конфликта ссылаться на диктофонную запись разговора. Отношения журналиста (и редакции) с собеседником на некоторое время, вероятно, будут испорчены, но судебное преследование журналисту не грозит. Опровергать в суде записанные на диктофон свои собственные слова, как показывает практика, никто не будет.

О чем писать, когда темы нет

1. Следует отойти от традиционного понимания журналистами новостей как поиска ответа на вопрос "Что?". Помимо журналистики "Что?" есть еще журналистика "Как?" и журналистика "Почему?". И если журналистика "Что?" заиклена на новых событиях, то журналистика "Как?" ищет *подробности* уже известных событий, а журналистика "Почему?" – их *причины*.
2. Найти тему для статьи можно через вопросы, которые журналист сам себе задает и потом ищет на них ответ. **ЧТО ИНТЕРЕСНО ЛИЧНО ВАМ, ТО ИНТЕРЕСНО ДРУГИМ!**

Какие вопросы?

- Какие ассоциации вызывает у меня это явление?
- Что лично я по этому поводу пережил, видел, слышал?
- Что я об этом явлении не знаю?
- Какие клише существуют по поводу этого явления в массовом сознании?
- Что про это явление сказали бы мои соседи, знакомые?

Правила написания текста

- ★ **Одно предложение должно содержать одну мысль.** При этом оно должно быть как можно короче. В информационном агентстве UPI выявили такую Зависимость между читабельностью текста и средней длиной предложений в нем:
 - ★ до 8 слов – очень легко читается,
 - ★ 8–11 слов – легко читается,
 - ★ 12–14 слов – сравнительно легко,
 - ★ 15–17 слов – средне,
 - ★ 18–21 слово – сравнительно тяжело,
 - ★ 22–25 слов – тяжело,
 - ★ более 25 слов – очень тяжело.
- ★ **Один абзац должен содержать один аспект события.**
- ★ **Начинать нужно с главного, а не с деталей.**
- ★ **Факт предпочтительнее комментария.** Это означает, что в начале следует сообщать факты и лишь потом приводить суждения и оценки.
- ★ **Активный залог предпочтительнее пассивного (*были оформлены, было проведено....*).**
- ★ **Используйте больше глаголов действия.**
- ★ **Незнакомые ситуации лучше описывать через известные и понятные картины.**
- ★ **Яркость языка должна быть обратно пропорциональна яркости темы.**



ВЫКИДЫВАЕМ МУСОР ИЗ ТЕКСТА

Способы избавиться от пустословия и вранья.

1. Убрать ДВОЙНЫЕ ЭПИТЕТЫ. *Пример: очень красивый, совершенно замечательный и т.д.*
2. Заменить слова на АНТОНИМЫ. Если после этого предложение выглядит как пародия — нужна редакция. *Пример: Мы быстро и качественно оказываем информационные услуги.*
Замена: *Мы медленно и некачественно оказываем информационные услуги. Вывод: слова «быстро» и «качественно» – тавтология смысловая, создающая информационный шум.*
2. Конкретизировать СИТУАЦИЮ.
3. Заменить на доказательство (демонстрацию, факт или мнение авторитетного эксперта).
4. Заменить длинное описание на прямую речь или разбить одно длинное предложение на несколько коротких.

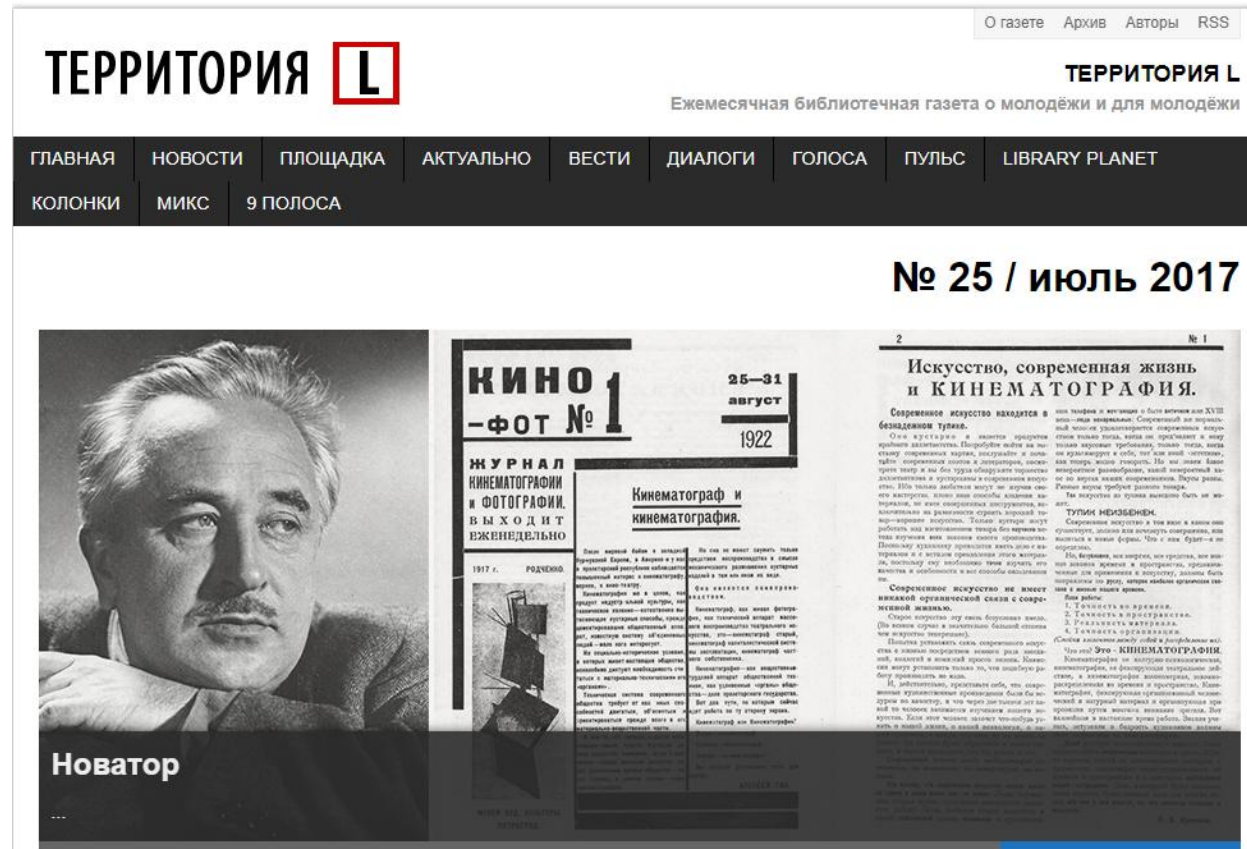
ПОГРУЖАЕМСЯ В WEB



Фото с сайта: <http://kor.ill.in.ua>

Официально
зарегистрированные
электронные версии
периодических
изданий.

Пример,
электронная газета
РГБМ
«Территория L»:
<http://gazetargub.ru>



Новости

В день рождения Льва Толстого в усадьбе соберутся писатели, поэты, философы и журналисты

Роман Александра

ПОГРУЖАЕМСЯ В WEB

Медиасреда в виде социальных медиа (социальные сети, блоги, живые журналы, сети иллюстраций Pinterest, Instagram, сайты и др.)

имеет свои особенности:

- **лаконичность**
- **эпотажность,**
- **точный адресат,**
- **мгновенный бэк, то есть требующий мгновенных комментариев,**
- **большая восприимчивость к интерактивности.**

ЗАГОЛОВОК!

Основные принципы создания заголовка с поисковой способностью:

- всегда следовать грамматической структуре: не отрывать подлежащие от глагола (пр.: «Уволена сотрудница РГБ» - «В РГБ руководство из-за корыстных соображений уволила сотрудницу, отработавшую более 35 лет»);
- строить заголовок как можно ближе к форме нормального предложения (Я есть, он есть и т.д.);
- использовать не слова, которые нам больше нравятся, а слова, которые точнее (пр. «Преследования в библиотеке» – «Директор РНБ увольняет неугодных сотрудников»);
- в заголовке должна быть конкретика в названии субъекта и объекта. Чем более конкретен субъект и объект, тем выше «поисковая способность» заголовка.

Давайте помнить, что часто именно правильный, точный заголовок помогает пользователям Интернета перейти по ссылке и прочитать историю.

[Здесь](https://goo.gl/SwWm5t) (<https://goo.gl/SwWm5t>) вы можете посмотреть исчерпывающие советы по написанию и редактированию веб-текстов, которые есть и в других материалах «Школы журналистики» от журнала «Современная библиотека» в его блоге (http://sbiblioteka.blogspot.ru/p/blog-page_08.html).

Специфика чтения и восприятия вебтекстов:

1. Низкая скорость чтения с монитора (на 25% медленнее, чем чтение печатного текста).
2. Беглый, сканирующий просмотр текста вместо полноценного его прочтения.
3. Нежелательность прокрутки текста.
4. Неограниченный круг пользователей сайта.
5. Возможность перемещения по гиперссылкам.

Требования к вебтекстам, исходя из специфики их чтения и восприятия:

1. «Телеграфный стиль».
2. Структурированность (заголовки, подзаголовки, маркировка, выделение ключевых слов и значимых фрагментов текста).
3. Единица измерения вебтекста - одна экранная форма (объём в пределах 500-1000 знаков на страницу).
4. Простое, ясное, доступное изложение.
5. Гипертекстовая разметка текста.

Частные требования к условно стабильным вебтекстам:

1. Объективность, полнота и точность представления информации за счет обязательного отражения основных заданных аспектов содержания.
2. Регулярная (раз в месяц) актуализация – обновление, дополнение и исключение устаревших сведений.
3. Оперативность отражения состоявшегося события (в этот же день, максимум – на следующий день);
4. Точность и достоверность сообщаемых сведений.

Типичные недостатки вебтекстов на библиотечных сайтах:

1. Избыточность.
2. Неполнота представления.
3. Неструктурированность.
4. Монотонность.
5. Отсутствие гипертекста.
6. Отсутствие текста при публикации фотографий.
7. Низкое качество фотографий.

Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Уч. Пособие / Из-во Московского университета. – 2008. Доступ: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm>

Meyer J.-U. Journalistische Kreativität. Konstanz: UVK Medien, 2003. P. 57–76.

Mencher M. News Reporting and Writing. P. 149

[https://books.google.ru/books/about/News Reporting and Writing.html?id=DYcDGQAA CAAJ&redir_esc=y](https://books.google.ru/books/about/News_Reporting_and_Writing.html?id=DYcDGQAA CAAJ&redir_esc=y)

Жанр как форма выступления журналиста: <http://studydoc.ru/doc/2019414/zhanr-kak-forma-vystupleniya---press>

Библиотечная журналистика: http://sbiblioteka.blogspot.ru/p/blog-page_08.html

Контент «ВКонтакте»:

https://vk.com/doc2389055_449377730?hash=0a70266fa67fc6de3d&dl=a0323b4813baa2f0d6

Инструменты «ВКонтакте»:

https://vk.com/doc2389055_449377728?hash=2dd2dabd05681aa809&dl=7e6fbcbbbe502e14770



E-mail: editor@modern-lib.ru

Lkazak@mail.ru, lkazachenkova@gmail.com

Тел.: +7 903 708 71 58

Интернет: <http://modern-lib.ru>

<http://sbiblioteka.blogspot.com>

<http://vk.com/sbiblioteka>

<http://www.facebook.com/sb.litera>