

Советы библиотекарю по подготовке материалов на сайт библиотеки

Развитие информационного пространства в деятельности библиотек, расширение информационного представительства в сети Интернет привело к необходимости совершенствования навыков работы с текстами, которые размещаются на сайте.

Написание статей - это один из способов сделать сайт интересным для пользователя, установить контакт с потенциальными пользователями. Чем больше качественных статей опубликовано на сайте, тем более уязвимым становится имя/бренд, соответственно, у библиотеки повышается статус, у пользователя появляется стимул проводить больше времени на сайте, просматривать больше страниц, чаще обращаться к ресурсам библиотеки. Это повысит статус библиотеки в глазах пользователя.

В любой новости (в нашем случае это информация (текст) о мероприятии) основным является «лид». «Лид» - первый абзац, в котором коротко (2-3 предложения) изложена главная мысль сообщения. Задача лида – привлечь внимание читателя, заставить его читать статью. Для новостных, информационных материалов рекомендуется использовать **прямой лид**, то есть непосредственно входящий в суть событий.

Существует шесть типов лида - **кто, что, когда, где, почему, как**. Прежде чем начать писать статью, нужно понять, какой именно из шести вопросов мы собираемся выделить в статье, какой из них главный. С ответа на главный вопрос и будет начинаться лид и, следовательно, вся статья.

Как строить лид?

Если главным Вы выбрали вопрос кто?

КТО

В этом случае на первое место выводится **личность**. (На пример, *Молодые сотрудники Центральной районной библиотеки приняли участие в конкурсе профессионального мастерства «Лучший по профессии»*).

Если главным Вы выбрали вопрос что?

ЧТО

Этот лид подходит для тех случаев, когда **событие важнее**, чем персоналии. Обратите внимание, что на первом месте в этом лиде стоит то, что было сделано. Именно поэтому мы и называем его лидом **что**. (На пример, *Состоялись первые литературные чтения, посвящённые жизни и творчеству земляка, поэта и писателя В. Жуковича. На мероприятие в Дмитровичскую сельскую библиотеку приглашены...*).

Если главным Вы выбрали вопрос когда?

КОГДА

Этот лид — один из самых популярных. Принято начинать информацию со слов «сегодня» или, скажем, «14 октября». Такой лид должен означать, что главным в информации является ее срочность, быстрота подачи новости. (На пример, *27 июля в 15.00 в Центральной районной библиотеке состоялась встреча с писателями Брестчины*).

В приведенном примере ясно, что важным является именно время совершения события.

Если главным Вы выбрали вопрос где?

ГДЕ

Этот тип лида фокусирует наше внимание на месте события (на месте проведения мероприятия).

Пример полного текста:

23 июля 2017 года (КОГДА) в читальном зале Высоковской городской библиотеке (ГДЕ) состоялась творческая встреча «...» (ЧТО), на которой присутствовали учащиеся сельскохозяйственного колледжа, победители поэтического конкурса. С большим успехом (КАК) в рамках встречи состоялась презентация поэтического сборника местной поэтессы И. Белемук «Здесь Родины моей начало». Мероприятие посвящено юбилею города (ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО).

Если вы найдете ответы на вопросы:

Кто?

Что?

Когда?

Где?

Почему?

Как?

или хотя бы на большую их часть, значит, вы написали новостную информацию о мероприятии правильно.

В тексте о мероприятии, Вы не должны забывать ответить и на следующие вопросы:

Как называется мероприятие?

Кто его проводит, для кого?

Это единичное мероприятие или регулярное (традиционное) с историей?

Структура статьи:

1. Заголовок (должен быть кратким и ясным, цепляющим, конкретным, привлекать внимание, вызывать интерес).
2. Вступление (один абзац текста, подробно раскрывающий проблему и обозначать её важность).
3. Содержание статьи.

ПРАВИЛА РАБОТЫ С ТЕКСТОМ

1. **Будьте краткими.** Если ваш текст небольшого формата, у него больше возможностей быть прочитанным.

2. **Правильно компонуйте материал.** Традиционный способ изложения материала предполагает, что сначала подаётся самая свежая, самая важная информация, за ней следуют менее значительные и интересные факты. Читатель быстро схватывает главное, может прервать чтение в любом месте, не упустив ключевых пунктов. Будет замечательно, если вам удастся заинтересовать посетителя сразу на первых предложениях, что заставит его прочитать весь текст до конца.

3. **Следите за стилем изложения.** Не используйте в тексте сложных слов и выражений без крайней необходимости. Не используйте лишних слов. Выражайтесь точно и кратко. Пишите о том, что вы обещали в заголовке. В противном случае, вы рискуете потерять читателей еще до того, как они доберутся до понимания излагаемых идей.

Предложения не должны быть перегруженными, слишком длинными. При описании массового мероприятия полезно использовать «лирические отступления»: элементы юмора, примеры и т. п.

К тексту добавляйте 2-3 фото, видео мероприятия.

4. **Следите за грамотностью написания текстов.**

5.

Помните! Увлекательный текст о культурно-массовом мероприятии – один из способов привлечь новых посетителей на следующее мероприятие!

Подготовила:

Г. П. Жедик