

ОСНОВЫ БИБЛИОТЕЧНОЙ ПРОФЕССИИ



***Требования к подготовке и
публикации постов/пресс-релизов на
сайте МКУ «ЦБС»***

Миасс, 2019г.

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и их всепроникающий характер обусловили становление единого открытого мирового информационного пространства, основной характеристикой которого является возможность получения каждым членом общества полной и достоверной информации на основе свободного доступа.

Для того, чтобы занять прочное место в виртуальном пространстве, библиотекам необходимо искать новые формы и методы работы, способы привлечения читателей и пользователей. Одним из важнейших видов современных информационных ресурсов являются веб-сайты, которые являются важнейшим стратегическим направлением развития деятельности библиотек. Он совмещает в себе информационные, поисковые, образовательные, рекламные, навигаторские функции и является значительным интегрированным ресурсом.

В жестких условиях конкуренции на рынке информационных услуг грамотное продвижение своего продукта может стать решающим фактором успешной деятельности.

Все чаще пресс/пост-релиз используется как инструмент PR-деятельности библиотеки и располагается в одном ряду с такими рекламными и маркетинговыми мероприятиями, как прямая реклама и тематические статьи.

Настоящее пособие поможет библиотекаря в работе с веб- сайтом МКУ «ЦБС».

Термины

Пресс-релиз (анонс или новостной) — сообщение для прессы или общественности; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации. Пресс-релиз можно писать до самого события (анонс), либо после него (пост-релиз). Когда вы пишете о событии, которое неплохо бы осветить, чтобы его посетило больше людей, писать необходимо заранее. После мероприятия необходимо писать пост-релиз, в котором рассказывается об итогах события.

Пост - это любая статья или запись на интернет странице. Название "пост" произошло от английского "post", что в переводе на русский язык означает "размещать", "публиковать"

Тематическая статья, это статья, посвященная определенной, как правило, узкой теме. Статья может максимально полно охватывать раскрываемую тему, содержание статьи может быть обзорным, исследовательским или аналитическим. Любая тематическая статья должна быть верной и правильной в части изложения фактов, терминов, логических и смысловых построений принятых для описываемой темы.

Требования к подготовке пресс\ пост- релизов

1. Заголовок пресс-релиза, статьи, информационной заметки должен содержать интересный факт, значимую деталь, ключевой момент последующего текста, а не формальное обозначение события, которое повторяется в тексте.

2. Заголовок пресс-релиза, статьи, информационной заметки не должен содержать сокращения, неясные аббревиатуры, сложноподчиненные конструкции. Точки в конце заголовков не ставятся.

3. Заголовок пресс-релиза, статьи, информационной заметки не может без изменений повторяться в первом абзаце текста.

4. К публикации на сайт не допускаются материалы, состоящие из менее, чем двух абзацев, и не содержащие достаточно информации о предстоящем или прошедшем событии. Текст должен содержать не только дату и название мероприятия, но и информацию об участниках мероприятия, интересные и важные детали, оценку значения этого события.

5. К текстам статей обязательно должны прилагаться фотоматериалы или изображения,

имеющие отношение к теме статьи, заметки, пресс-релиза (афиши, фоторепортаж, логотип т.д.). Фотографии и изображения должны быть хорошего качества и высокого разрешения. Фотоматериалы плохого качества к публикации на сайт не допускаются.

6. Фоторепортаж в количестве от 5 –до 10 фотографий хорошего качества по итогам мероприятия размещается в конце новости, ссылки на сторонние сайты не допускаются. Фотографии для размещения высылаются прикрепленными файлами, не нужно их вставлять в текст и архивировать.

7. В обозначении ФИО героев и действующих лиц, упоминаемых в тексте пресс-релиза, статьи, информационной заметки, не должны употребляться буквенные сокращения. Для публикации на сайте в материале должны быть указаны полные имя и фамилия. Именно в таком порядке: сначала имя, затем фамилия. Отчество в материалах не ставится.

8. Редакция сайта имеет право редактировать текст пресс-релизов, осуществляя правку-сокращение, правку-обработку, в случае, если в тексте отсутствует логичность, нарушена композиционная стройность, используются разговорные фразы, просторечия, непонятные сокращения.

8. В пресс-релизах, как правило, исключаются все рассуждения – эмоциональные

оценки. Учреждения культуры очень часто пытаются передать свое восхищение, множа эпитеты «гениальный», «чудесный», «потрясающий»... Публикации в СМИ строятся исключительно на основе фактов. Именно за счет отбора тех, а не иных фактов и деталей передается отношение к событию.

9. Сообщать информацию, а не давать рекламу. Это бывает довольно сложно отличить, но есть подсказка: Информация – это "рассказ не о том, что вы продаете, а о том, как вы живете".

9. Пресс-релиз должен отвечать на следующие вопросы: Когда это (происходит)? Что (происходит)? Где это (происходит)? Почему и зачем (это делается)?

Какие перспективы это имеет? (если таковые есть)

Структура пресс-релиза

Традиционно текст пресс-релиза строится по принципу перевернутой пирамиды: самая основная информация дается в начале материала.

✚ Заголовок – обязательная часть. Он должен содержать основную идею пресс-релиза и быть информативным, емким и понятным. Чем короче заголовок, тем лучше. Должен содержать основную идею сообщения и быть, по возможности, ярким, интересным, запоминающимся. Заголовки к текстам для

сайта отражают, как правило, характер действия или его этапа, например: В Ульяновском колледже культуры и искусства отметили День учителя.

- ✚ Вводный абзац, или лид - это краткое содержание пресс-релиза, выражающее основную мысль текста в нескольких предложениях. Старайтесь, чтобы резюме не копировало заголовков, но при этом давало более расширенную информацию, поясняло его. Резюме, как правило, отвечает на вопросы: когда? где? и что? а также в некоторых случаях кто?
- ✚ Если лид пресс-релиза не удастся выразить в одной-двух фразах, значит, его надо переделывать.
- ✚ Основная часть текста отвечает на оставшиеся вопросы: кто? почему? и зачем? какие перспективы ожидаются? (если они есть).
- ✚ Если мероприятие проходит с участием высокопоставленных лиц, стоит добавить в сообщение комментарий данного лица. Если таких участников несколько, то в тексте должна быть цитата самого статусного из участников, либо двух участников. Комментарий должен содержать мысль, отражающую отношение того или иного спикера или ведомства к проблеме, к ситуации, к мероприятию.
- ✚ Справочная информация по теме события может быть представлена в тексте, либо

вынесена за текст. Это делается по усмотрению автора.

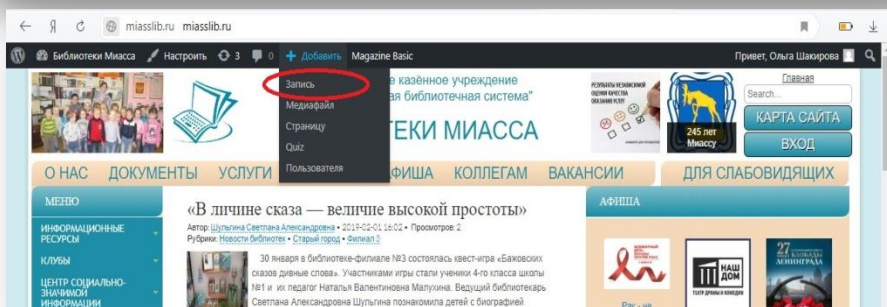
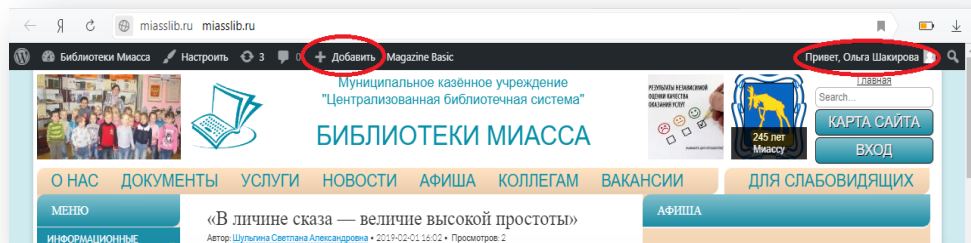
Методика публикации пресс/пост – релиза на сайте МКУ «ЦБС»

С января на нашем сайте поменялась логика работы редактора «Гутенберг» для создания новостей. Теперь, добавляя заметку на сайт, нужно использовать «БЛОКИ». Они выглядят как разделенные элементы, с возможностью размещать в блоке: текст, изображения, файлы, цитаты, таблицы и так далее.

Шаги создания новой записи

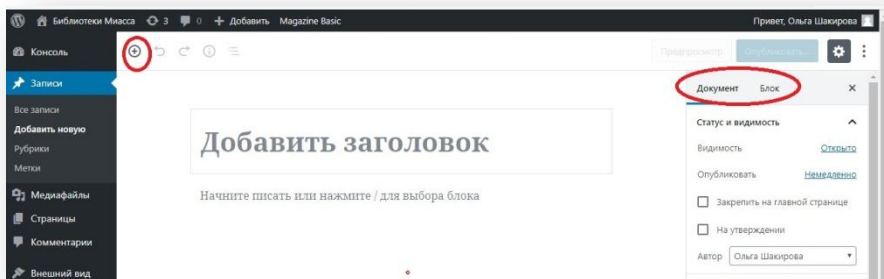
Зарегистрироваться на сайте и войти под своим именем (логин, пароль). На верхней панели найти слова «+ Добавить»

Выбрать нужную функцию («Запись»)



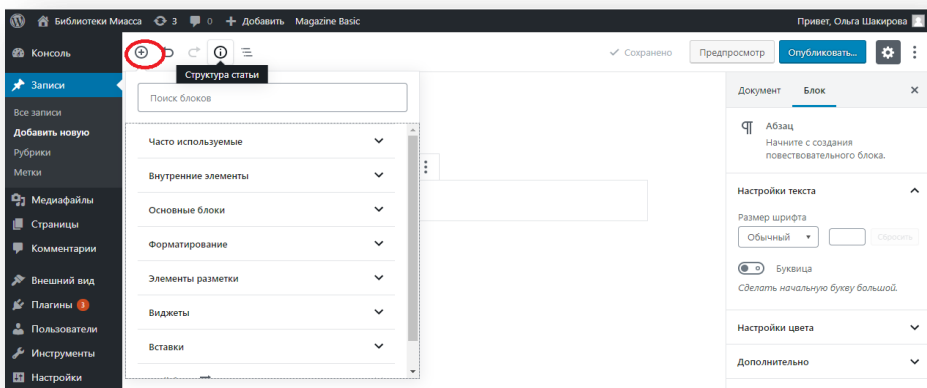
После приветствий и знакомства, консоль предложит вам работать в формате документа и блока.

Выбор блока – знак + в левом верхнем углу.

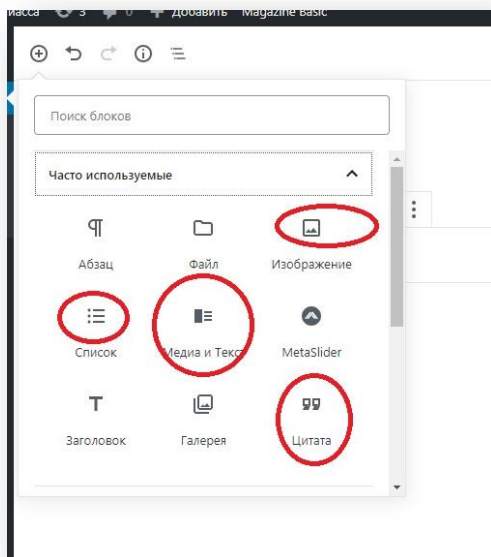


С помощью блока можно вставить: изображение, текст + изображение (медиа и текст), сформировать список, оформить текст как цитату.

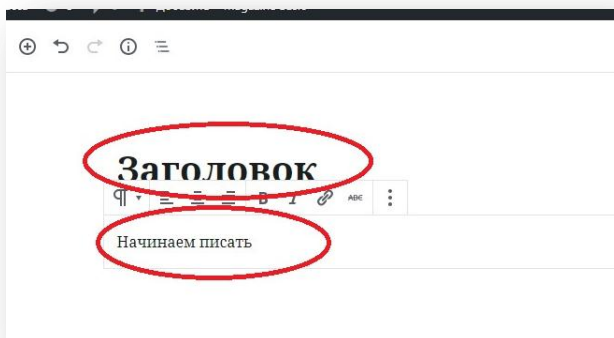
В выпадающем меню можно выбрать разнообразные блоки. Если Вы уже знаете, какой Вам нужен: найдите его через поиск блоков.




В разделе «Часто используемые» Вы обнаружите те блоки, к которым Вы постоянно обращаетесь в своей работе.

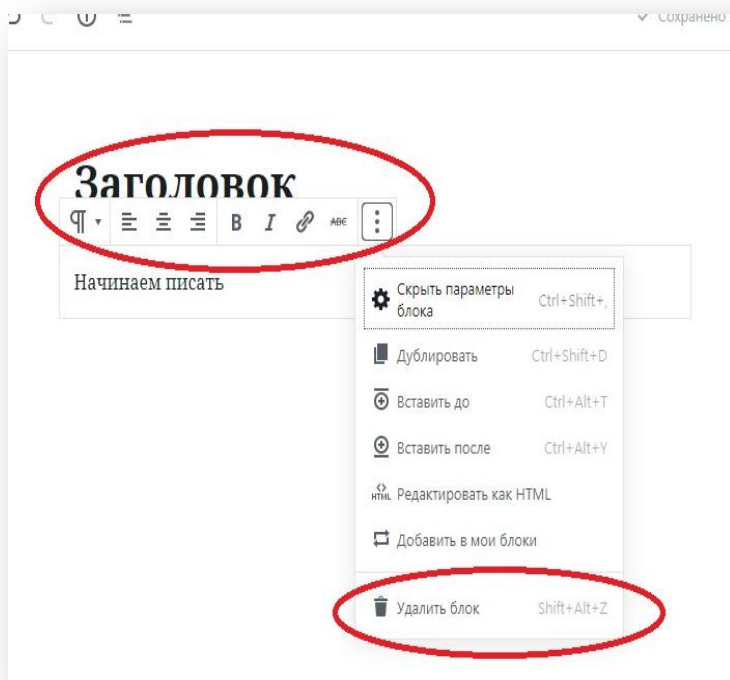


Пишем заголовок (Как в предложении. ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ ПИСАТЬ НЕ НАДО). Пишем текст сообщения.

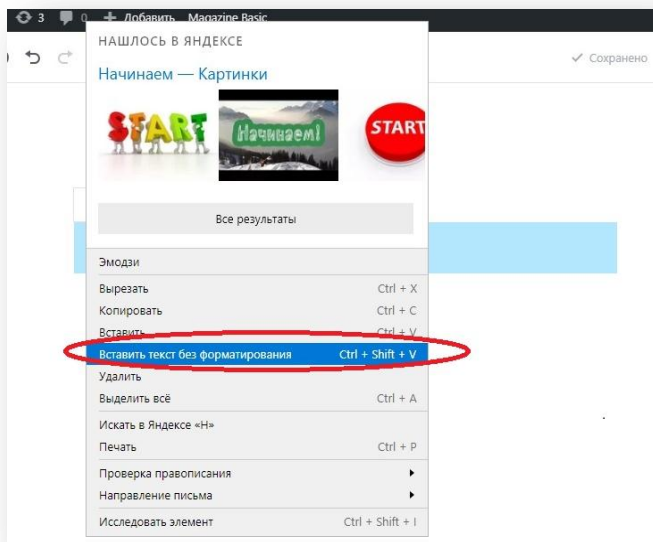


С помощью кнопки () можно управлять блоком:

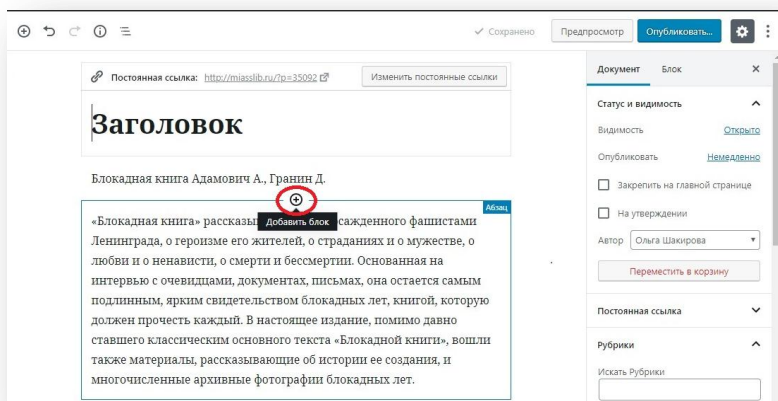
- добавить еще один блок до или после набранного текста,
- дублировать блок, то есть создать его копию рядом
- создать свой блок
- удалить блок, если что-то не получилось.

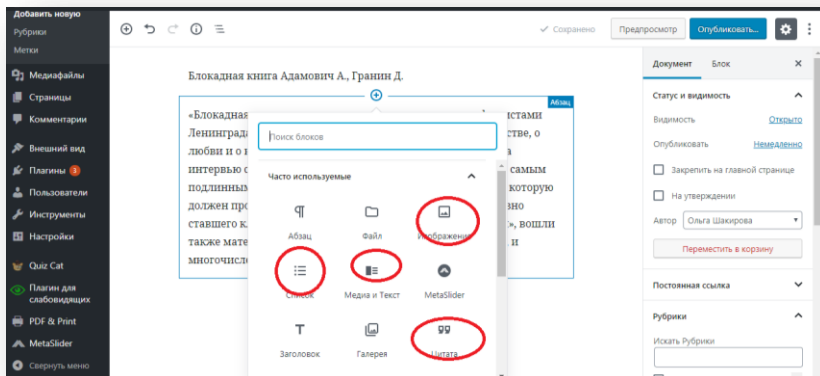


Или вставляем тест сообщения (выбираем формат «Вставить без форматирования»).

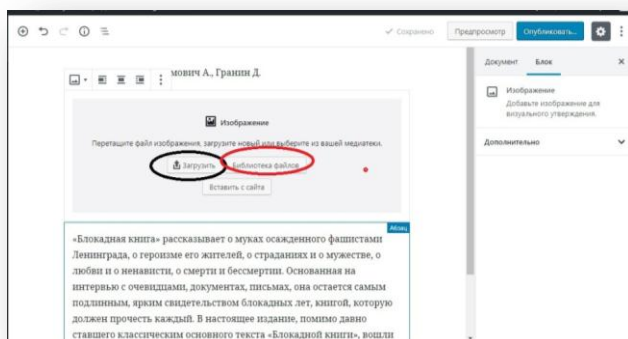


Когда формируем (копируем-вставляем текст), появляется знак +, с помощью которого также можно добавить нужный блок.

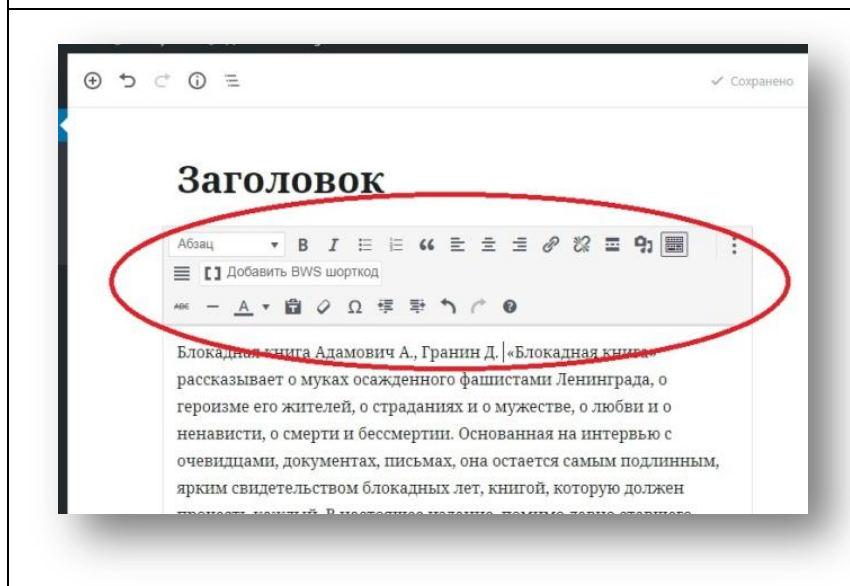
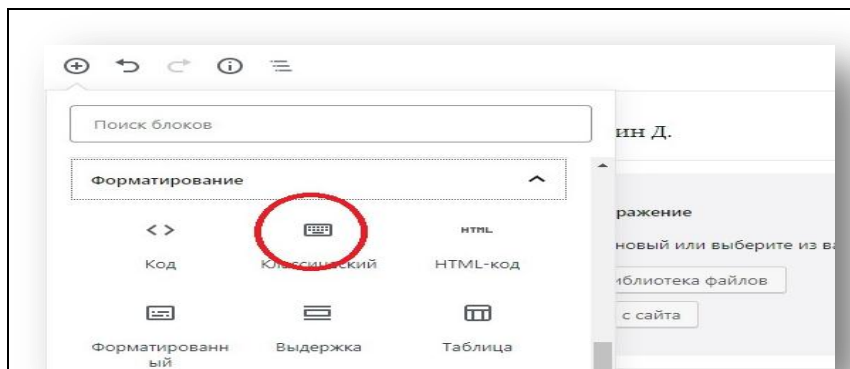




При выборе блока «Изображение» появляется надпись, позволяющая выбрать, где взять изображение: из библиотеки файлов или из папки, которая уже есть на диске компьютера.



Если работа с блоками вызывает затруднение, в папке форматирование вы можете выбрать блок «Классический» и продолжить работу с текстом в привычном формате




Пример отформатированного текста с изображением в классическом блоке.

Добавить запись · Библиотеки Миасса — WordPress

0 + Добавить Magazine Basic


Классический

¶ ☰ ☰ ☰ B I 🔗 ABC ⋮



Классический отдел Библиотеки им.М.И.Ломоносова
Минусинский филиал Библиотечной системы

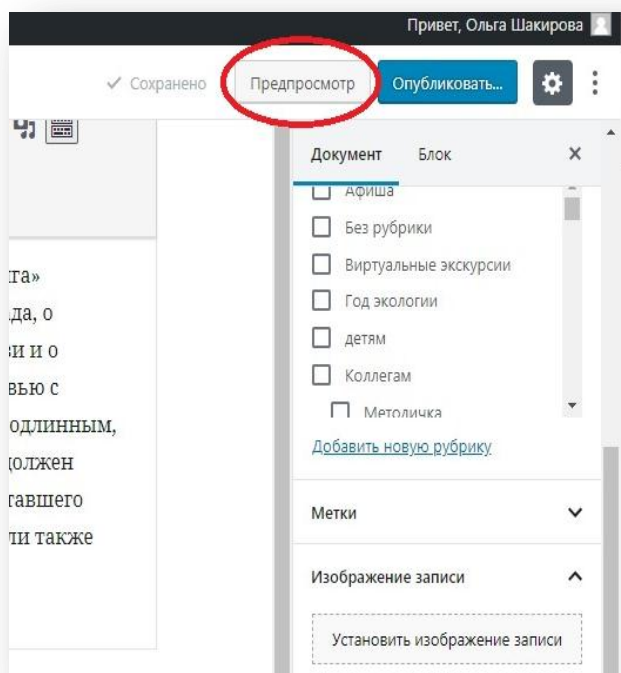
*Ваша Градация:
«Не нуждается
в подтексте...»*



Даник Александрович Гранин
(1919-2017)
Военногражданский очерк
Минусинск
2017

«Блокадная книга» рассказывает о муках осажденного фашистами Ленинграда, о героизме его жителей, о страданиях и о мужестве, о любви и о ненависти, о смерти и бессмертии. Основанная на интервью с очевидцами, документах, письмах, она остается самым подлинным, ярким свидетельством блокадных лет, книгой, которую должен прочесть каждый. В настоящее издание, помимо давно ставшего классическим основного текста «Блокадной книги», вошли также материалы, рассказывающие об истории ее создания, и

В правом верхнем углу помимо кнопок «Сохранение» и «Опубликовать» есть кнопка «Предпросмотр», которая позволяет увидеть, как ваш пост будет выглядеть на сайте и внести исправления, если они нужны.



Предпросмотр отформатированного текста с иллюстрацией.

О НАС
ДОКУМЕНТЫ
УСЛУГИ
НОВОСТИ
АФИША
КОЛЛЕГАМ
ВАКАНСИИ
ДЛЯ СЛАБОВИДЯЩИХ

МЕНЮ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

КЛУБЫ

ЦЕНТР СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМОЙ ИНФОРМАЦИИ

ПРОЧТЕНИЕ

КРАЕВЕДЧЕСКАЯ СТРАНИЦА

ПОДВОДИМ ИТОГИ

ЧИТАТЕЛЯМ

КАЛЕНДАРЬ

Февраль 2019

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

» Янв

ЛИТЕРАТУРНЫЙ КАЛЕНДАРЬ

Заголовок

Автор: [Ольга Шакирова](#) • 2019-02-01 21:02 • Просмотров: 1
 Рубрика: [Новости библиотеки](#) • [Машигороз](#) • ЦГБ им. Ю.Н. Либединского

Блокадная книга Адамович А., Гранин Д. «Блокадная книга» рассказывает о муках осажденного фашистами Ленинграда, о героизме его жителей, о страданиях и о мужестве, о любви и о ненависти, о смерти и бессмертии. Основная на интервью с очевидцами, документах, письмах, она остается самым подлинным, ярким свидетельством блокадных лет, книгу, которую должен прочесть каждый. В настоящее издание, помимо давно ставшего классическим основного текста «Блокадной книги», вошли также материалы, рассказывающие об истории ее создания, и многочисленные архивные фотографии блокадных лет.

Центральная городская библиотека им. Ю.Н. Либединского
Остан библиотечной работы

**Была город-фронт,
была блокада...**

27 января

ДЕНЬ СИМВЯ БЛАГОМ ГОРОДА ЛЕНИНГРАДА

Рекомендованный класс: литература

Меню: 2019

АФИША

Рак - не приговор

4 февраля 2019 года, во в библиотеке...

Озерский театр приглашает

5 февраля в 11П

Был город-фронт, была блокада...

БИБЛИОТЕКА РЕКОМЕНДУЕТ

Театр на Руси. Раёк и Балаган

Когда-то русский раёк (раёк) являлся своего рода народным «кинотеатром» на открытом воздухе, в котором показывали неподвижные, но все же сменяющие друг друга картины. Потешные панорамы занимались благородным делом — просвещением и информацией неграмотного народа, исполняли роль устной газеты, таким образом. [Читайте дальше](#) →

Оглавление

Термины	3
Требования к подготовке пресс\ пост- релизов	4
Структура пресс-релиза	6
Методика публикации пресс/пост –релиза на сайте МКУ «ЦБС»	8
Шаги создания новой записи	8

