

Для справки



Как дети, так и взрослые с большим удовольствием общаются в социальных сетях: "ВКонтакте", "Одноклассниках", "Facebook" и пр. – выкладывают свои фотографии, фиксируют меткие наблюдения, могут разразиться рецензией или выразить благодарность. Но все это – в своем профиле и для круга своих друзей.

На сайте учреждения писать сообщения в таком же формате невозможно – структура форума или гостевой книги диктует определенный формат представления информации: темы, размер сообщения, допустимые форматы изображений и т. п.

Фактически вся информация, размещенная на сайтах в Интернете, является контентом. Под это определение попадает текстовое наполнение ресурсов, видеоролики, фотографии и рисунки, аудиозаписи. Особую ценность для пользователя имеет актуальность контента, его значимость в настоящее время и достоверность предоставленных данных, а также соответствие контента поставленным целям по его поиску.

Написание статей – это самый лучший способ сделать сайт интересным для пользователя. Ведь в Интернете мы ищем, прежде всего, информацию. При помощи написания статей можно превратить свой сайт в кладезь полезных сведений, а это позволит привлечь новых посетителей.

В мире цифровых технологий, снимки сделанные на фотоаппарат не ценятся должным образом. Большинство людей «стреляют» со своей камеры, как из пулемета, и в итоге из 250 фотографий хорошими получаются только 5-10. Фотограф на мероприятии библиотеки – своего рода летописец. С помощью фото он может передать атмосферу мероприятия и эмоции участников, поведать хронологию событий и расставить акценты на самых значимых из них.

Сайт библиотеки – визитная карточка, а также инструмент, с помощью которого можно активно взаимодействовать с получателями услуг.

Сайт помогает развивать деятельность учреждения и отвечать запросам и потребностям современного общества.

Самые посещаемые разделы сайта, как правило, – это заметки о мероприятиях, и формальный подход здесь играет на руку только антипиару.

Если же удастся заинтересовать посетителей сайта, у них появится стимул побывать в той библиотеке, которая предлагает лучшие мероприятия, а это будет способствовать увеличению числа читателей и книговыдач и в самой библиотеке.

Рекомендации подготовила: Т.Гурьева,
ведущий библиограф ЦГБ им.А.Грина

Центральная городская библиотека им.А.Грина
г.Феодосия, ул.Кирова, 2
т.3-09-58
e-mail: feobiblio@mail.ru
<http://feolib.crimea.lib.ru>



Феодосийская централизованная библиотечная система

Центральная городская библиотека
им.А.Грина

Сайт как средство формирования имиджа библиотеки



Методические рекомендации

Феодосия
2017

Пишем новости, которые читать интересно и просто

Формула написания «жестких» новостей:

- **Что** произошло?
- **Где** произошло?
- **Когда** это произошло?
- **Кто** стал участником этого события?
- **Как** это происходило? -
- **Почему** это произошло?
- **Что** означает данное событие?

«ЧТО, ГДЕ, КОГДА И ПОЧЕМУ»

Если найдете ответы на все эти вопросы, значит, вы написали новость.

В тексте должны быть:

- **Небольшие абзацы.** В каждом абзаце по 4 – 5 строк.
- **Короткие предложения.** Критерий размера прост. Длинное предложение не умещается на одну строку в текстовом редакторе. Особое внимание обращайте на предложения с перечислением, предложения с причастным и деепричастным оборотами.

В тексте не должно быть:

Грамматических и стилистических ошибок, которые могут создать отрицательный имидж библиотекаря.

Уникальность статьи могут подчеркнуть нетрадиционные, свойственные только вашей библиотеке авторские находки, где можно отразить и конкурсы среди читателей, и библиотечные праздники, и наиболее удачные книжные и другие выставки, а также информацию об интересных гостях, читателях и сотрудниках библиотеки.

Информационный стиль

Информационный стиль – это прием редактирования, который помогает очистить текст от мусора, наполнить его полезной информацией и сделать читаемым. Текст в информационном стиле **лаконичный**, то есть выраженный без лишних слов, эмоций, субъективного мнения. После удаления лишних слов текст наполняется полезной информацией и становится **интересным**.

Чтобы текст стал **честным**, однозначным и объективным удаляем необъективные оценки, бахвальство и самолюбование. Вместо них – факты. Тексты читаются легко и быстро!

Старайтесь не употреблять «стоп-слова».

Их разновидности:

- Междометия: ах, ух, ну, уж, ой
- Местоимения: я, мы, мой, вы, ваш
- Вводные инструкции: скажем, допустим, например, в общем, на самом деле
- Обобщения и неточные определения: всего, примерно, около, где-то, порядка
- Газетные штампы: пески времени, в лучших традициях, царил атмосфера, ударными темпами
- Бытовые штампы: шаг за шагом, мало – помалу, так или иначе, сплошь и рядом, направо и налево
- Корпоративные и рекламные штампы: завоевать доверие пользователей, решать задачи, расширить географию
- Паразиты времени: в настоящее время, в наши дни, в современной России
- Фразы с отглагольными существительными: осуществлять деятельность, производить мероприятие, оказывать услуги
- Лишнее сослагательное наклонение: мне бы хотелось поговорить, было бы здорово провести, хочется поблагодарить
- Очевидные сущности: данная статья, этот документ
- Неопределенное: что-то, какой-то, где-то, как-то, зачем-то
- Неоправданное количество восклицательных знаков

Создавайте иллюстрации мероприятий грамотно

О съемке всегда судят по самым плохим кадрам. Даже если у вас в репортаже будут по-настоящему гениальные фотографии, больше всего запомнятся именно наименее удачные снимки. Что же такое плохая фотография или неудачный кадр? В первую очередь это снимки с техническими ошибками – пересветом /недосветом, смазанным изображением. Так же портят фотографии композиционные ошибки – «обрезанные» лица, с краев кадра, «обрезанные» руки и ноги. Такие фотографии нужно смело отбраковывать, или если есть возможность, исправлять.

Оставлять лучше только те фотографии, в качестве которых вы уверены, тут хорошо действует правило «лучше меньше, да лучше».

Если основу съемки составят грустные лица и неземные сюжеты, мероприятие будет казаться скучным.

Стремиться максимально, подчеркнуть эмоции.

Делая постановочные кадры, старайтесь «расшевелить» людей. Часто от гостей можно услышать «Я плохо получаюсь на фотографиях» или что-то в этом роде, что же делать в этом случае?

В постановочных кадрах естественные, живые фотографии можно получить, если, например, рассмешить людей, или сделать им комплимент.



Сделать фоторепортаж выразительнее поможет четкое разделение на планы.

Общий план – для передачи атмосферы мероприятия и отдельных сюжетов.

Средний план – для эмоциональных сцен, с участием нескольких человек.

Крупный план – для передачи эмоций одного человека. Акцент нужно делать именно на крупных планах. Общий и средний планы расскажут о том, что и где происходит, а крупный покажет то, ради чего все происходит – эмоции людей. Это отличает любительскую съемку от профессиональной. Любители очень часто снимают все одним планом, снимают сюжет ради самого сюжета, не расставляя акценты.

Работа фотографа на съемке - это всегда постоянное перемещение по площадке, поиск нужных ракурсов и сюжетов. Конечно, это перемещение должно быть максимально плавным и незаметным для гостей.