



Муниципальное казенное учреждение культуры
"Централизованная библиотечная система"
Сормовского района г. Нижнего Новгорода
www.sormlib.nnov.ru

Отдел методической работы и маркетинга

От анонса до публичного отчета: искусство написания

Медиаобозрение

Подготовила:
Ирина Новикова,
гл. библиотекарь ОМРиМ





План медиаобзора

1. Как писать анонсы
2. Как составлять пресс-релизы
3. Как готовить публичные отчеты



Как писать анонсы

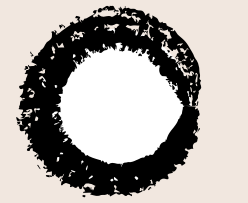
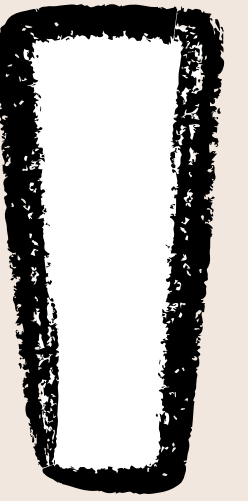
Ано́нс — предварительное оповещение о каком-либо мероприятии или событии.

Объем описания – **500-1000 символов.**

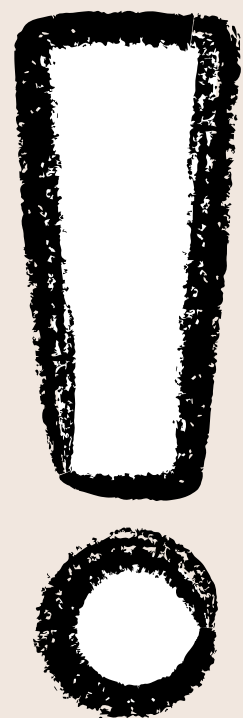
Символы или знаки - это буквы, цифры, знаки препинания и всё остальное, кроме пробелов. Обычно текст в 500-1000 знаков - это примерно **60-140 слов.**

По статистике, именно с таким количеством текста информация успешно прочитывается пользователями до конца.

Поэтому рекомендуется делать описания **лаконичными, но ёмкими и информативными.**



Каким
должен быть
объем
анонса



Что

должно быть
в анонсе

!!! Главное, что должно быть в анонсе, - программа мероприятия.

Прежде всего нужно рассказать, **в чем заключаются особенности вашего мероприятия:**

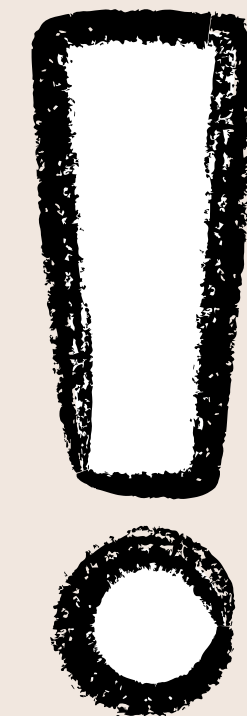
- посвящена ли программа кому-нибудь или чему-нибудь;
- чему смогут научиться посетители;
- для какой возрастной категории предназначается и т.д.

Также помните об индивидуальности текста. Пользователям нужно дать понять, **что на мероприятии будет что-то такое, чего ни в коем случае нельзя пропустить.** Поэтому вместо шаблонных формулировок рекомендуется писать оригинальный текст .

Например, вместо «В программе мероприятия – игры и мастер-классы» лучше написать «В программе – мастер-классы по гончарному ремеслу, а также русские народные игры: лапта и городки». Такой текст привлечет больше внимания, как минимум тех людей, которые любят старину.

- **«воды»**, т.е. бессмысленных фраз, оборотов, абзацев, которые можно спокойно убрать без искажения смысла;
- **дня и времени** начала мероприятия, **места проведения**. Для данной информации есть специальные поля в форме плана-анонса;
- **предложений с целями и задачами** мероприятия. Читатели и так понимают, какую цель они преследуют, выбирая ваше мероприятие для посещения;
- **повествования от первого лица** («я», «мы», «расскажу», «думаю», «приглашаем», «проведем», «научим» и т.п.). В информационных материалах не должно быть личного мнения – анонс просто излагает факты, не влияя на мнение читателя;
- часто встречающихся **восклицательных предложений**. В анонсе мероприятия важно предоставить пользователю информацию без эмоций пишущего лица, нейтрально;
- **длинных цитат и стихотворных строк**;
- **подробных биографических сведений и исторических справок**. Цель анонса – рассказать о программе мероприятия. Если пользователю интересна эта информация, он всегда сможет дополнительно прочесть об этом в книгах или на интернет-ресурсах.

Чего
НЕ должно
быть в
анонсе



Если мероприятие - выставка

Если выставка художественная или фотографическая, необходимо перечислить, в каких техниках работает автор, указать основные мотивы его творчества, награды, а также названия произведений, представленных в экспозиции. То же самое касается и книжных выставок – нужно рассказать, какие проблемы поднимают авторы в своих работах, удостоены ли они каких-либо премий за свои труды.

Важно! В каждом подобном описании желательно приводить названия не менее 4–5 работ, представленных на выставке. Посетители должны знать, что конкретно они увидят. При анонсировании выставок важно рассказывать об экспонатах, а не о биографии художников, авторов и др.

Если вы анонсируете открытие выставки, то следует уделить внимание торжественной программе открытия (например, встреча с автором произведений, выступления официальных лиц, обзорная экскурсия, праздничный концерт и т.п.). Подробно рассказывать о представленных экспонатах не нужно – эту информацию необходимо добавить в анонс выставки.

Если мероприятие - спектакль

При описании спектакля особое внимание нужно уделить главным героям, сюжетным линиям и интересным фактам, сопутствующим созданию постановки (если они были). Также можно указать возрастную категорию зрителей, для которой предназначен спектакль, и упомянуть о номинациях и полученных наградах на различных фестивалях и конкурсах. Если спектакль поставлен по литературному произведению, об этом тоже следует рассказать в описании.

Если мероприятие - концерт

Всегда нужно указывать исполнителей и произведения, которые они представят публике. Если вы не знаете точной программы концерта, рекомендуем рассказать о том, в каких стилях в общем работает коллектив или солист. Также можно вкратце рассказать о творческой деятельности исполнителя, указать его звание (лауреат, дипломант, народный артист, заслуженный коллектив и т. п.) и перечислить завоеванные на различных конкурсах и фестивалях награды.

Если мероприятие - мастер-класс

Рекомендуется рассказать, чему новому можно научиться на данном занятии (танцевать танго, играть на гитаре, рисовать в технике эбру и т.д.). Если для проведения мастер-класса необходимы дополнительные материалы, нужно обязательно указать, кто их предоставляет – организатор или сам участник. Если ведущий занятия награжден почетными грамотами или премиями за свою деятельность, не лишним будет упомянуть об этом – признанное мастерство преподавателя привлечет большее количество посетителей.

Если мероприятие - экскурсия, лекция, встреча, беседа

Описывая события, относящиеся к данным категориям, можно указать имя, фамилию и должность человека, который проведет мероприятие. В случае присутствия известного человека, рекомендуется рассказать о его достижениях и о том, чему он посвятит свою речь перед собравшимися зрителями. Если формат проведения подразумевает площадку на открытом воздухе, об этом также нужно упомянуть в описании.

Если мероприятие - фестиваль

Фестивали бывают разной направленности, поэтому здесь в первую очередь важно рассказать, чему посвящено мероприятие, в какой раз проводится. Также нужно указать масштаб проведения события – общегородской, межрегиональный, всероссийский, международный. Если мероприятие проходит не один день, желательно кратко расписать программу каждого дня или дать ссылку на сайт фестиваля, чтобы читатели смогли ознакомиться с интересующей их дополнительной информацией.

Если мероприятие - конкурс

В тексте обязательно нужно указать возраст участников, названия номинаций и критерии оценивания жюри. Не лишним будет упоминание о главном и поощрительном призах.

Пример правильного анонса

На литературно-творческом занятии ребятам представят деятельность писателя Владимира Силкина и его книгу «Хорошо быть Мурашом», в которой собраны яркие и интересные стихи о природе, ее богатствах и обитателях.

После занятия юных читателей ждет мастер-класс, на котором сотрудники библиотеки познакомят их с техникой пластилинографии и помогут создать удивительные осенние композиции по мотивам книги В. Силкина.

Процесс рисования пластилином вовлекает в работу движения рук, ладоней и пальцев, что благотворно сказывается на развитии мелкой моторики у детей. На мастер-класс необходимо принести свой пластилин. Картон будет предоставлен гостям в библиотеке.

Пример НЕправильного анонса

Сентябрь — первый месяц осени. Еще светит теплое солнце, деревья покрываются золотой и багряной листвой, а лес манит своими природными вкусными богатствами. Особенно щедро осень награждает грибами.

В книге В. Силкина «Хорошо быть Мурашом» яркие и интересные стихи о природе, ее богатствах и ее обитателях. На литературно-творческом занятии мы познакомим ребят с творчеством писателя В. Силкина, его книгой и вместе нарисуем пластилином красочную картину по мотивам стихов.

"вода", лирика, информация, не имеющая значения

повествование от 1 лица

Самые частые орфографические ошибки при написании форм мероприятий в анонсах

1. медиа... — первая часть сложных слов, пишется слитно всегда

X медиа-обозрение, медиа-обзор, медиа-дайджест, медиа-презентация, медиа-пространство

✓ медиаобозрение, медиаобзор, медиадайджест, медиапрезентация, медиапространство

2. фото, видео, аудио... — первая часть сложных слов, пишется слитно всегда

X фото-коллаж, видео-беседа, аудио-обзор

✓ фотоколлаж, видеобеседа, аудиообзор

3. библио... — первая часть сложных слов, пишется слитно всегда

X библио-викторина, библио-шоу, библио-обзор, библио-глобус

✓ библиовикторина, библиошоу, библиообзор, библиоглобус

4. супер... — приставка иноязычного происхождения, пишется слитно всегда

X супер-игра, супер-мероприятие, супер-анонс, супер-подарок

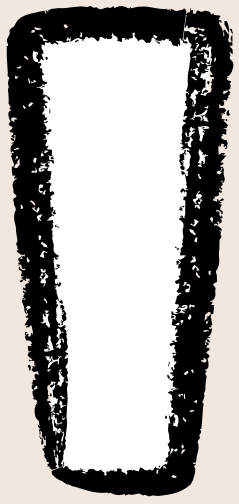
✓ суперигра, супермероприятие, суперанос, суперподарок



Как составлять пресс-релизы

Пресс-релиз — официальное сообщение компании, содержащее в себе информационный повод (новость).

Информационный повод — событие или явление, которое может заинтересовать читателя, зрителя или слушателя того или иного средства массовой информации.



ПОВОДЫ ДЛЯ НАПИСАНИЯ ПРЕСС- РЕЛИЗА

- запуск новых проектов
- оказание новых услуг
- проведение акций и конкурсов
- победа в конкурсах
- проведение мероприятий
- организация выставок, семинаров
- юбилеи, круглые даты
- премии и награды

заголовок

шапка

дата



Администрация города Нижнего Новгорода

Управление по связям со СМИ

603082, г. Нижний Новгород, Кремль, корп. 5, тел. (831) 411-89-28, 419-74-92

12.03.2019 год

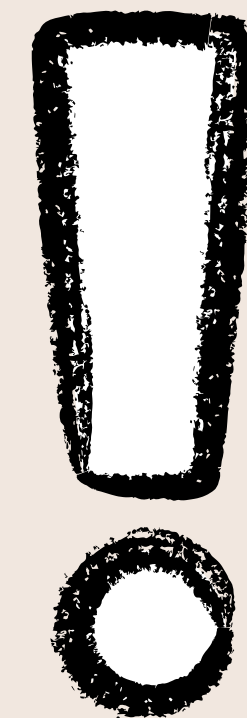
ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ

Экофестиваль «Сохраним места обитания растений и животных!» пройдет в Сормовском районе 0+

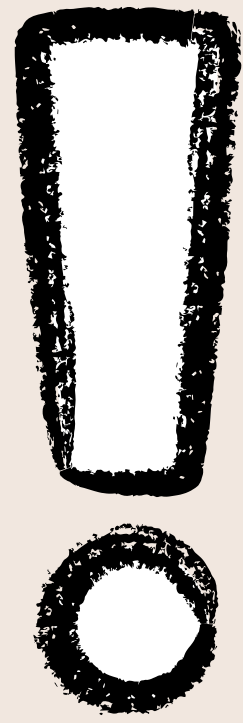
лид

22 апреля 2019 года в 14.00 в Сормове пройдет масштабный районный экофестиваль «Сохраним места обитания растений и животных!» в рамках международной природоохранной акции «Марш парков-2019».

Организатор экофестиваля – библиотека им. Ленинского Комсомола при участии координатора акции в Нижегородской области, заповедника «Керженский», и при поддержке Министерства экологии и природных ресурсов Нижегородской области.



**Структура
пресс-
релиза**



Структура пресс- релиза

основной текст

Организатор экофестиваля – библиотека им. Ленинского Комсомола при участии координатора акции в Нижегородской области, заповедника «Керженский», и при поддержке министерства экологии и природных ресурсов Нижегородской области.

Заместитель директора по экопросвещению заповедника «Керженский», Татьяна Дмитриевна Городничева пояснила: «Цель мероприятия – оказание общественной поддержки особо охраняемым природным территориям и привлечение внимания нижегородцев к экологическим проблемам».

Программа праздника включает: торжественное природоохранное шествие, приветственное слово организаторов и координаторов мероприятия, конкурс «Зеленый театр» на лучшую творческую миниатюру команд-экологов, торжественное награждение победителей конкурса, выступления детских творческих коллективов.

Справка. Марш парков (официальное название – Дни заповедников и национальных парков) – это международная крупномасштабная природоохранная акция, которая проводится ежегодно и носит общественный характер, объединяя всех неравнодушных людей вокруг идеи поддержки охраняемых природных территорий.

Библиотека им. Ленинского Комсомола – первый в Нижнем Новгороде библиотечный экологический центр, неоднократный победитель и призер экологических конкурсов городского, областного и всероссийского уровней. Проведение экофестиваля стало хорошей доброй традицией библиотечного центра.

В этом году экологический праздник пройдет уже в седьмой раз. Ежегодно мероприятие объединяет на библиотечной площадке более ста юных экологов: учащихся школ и читателей библиотеки, которые выступают с самостоятельными номерами в защиту особо охраняемых природных территорий, придумывают слоганы и рисуют плакаты на природоохранную тему.

справка

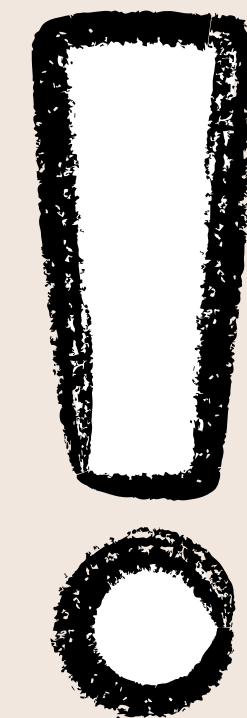
контакты

Уважаемые коллеги! Приглашаем вас принять участие в мероприятии, которое состоится по адресу: ул. Иванова, д. 28а

Контактное лицо: Монахова Наталья Владимировна, зав. филиалом им. Ленинского Комсомола, 227-05-79

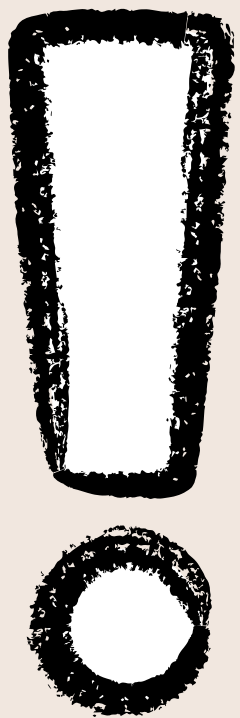
**Управление по связям со СМИ
администрации Нижнего Новгорода
тел. 411-89-28**

ПИРАМИДА НОВОСТИ



Правило № 1:
Придерживайтесь
правила
«перевернутой
пирамиды»

22 апреля 2019 года в 14.00 в Сормове пройдет масштабный районный экофестиваль «Сохраним места обитания растений и животных!» в рамках международной природоохранной акции «Марш парков-2019».



Правило № 2:
Выберите
информативный
заголовок

- заголовок должен содержать информационный повод
- его размер не должен превышать 15 слов

Экофестиваль «Сохраним места обитания растений и животных!» пройдет в Сормовском районе 0+

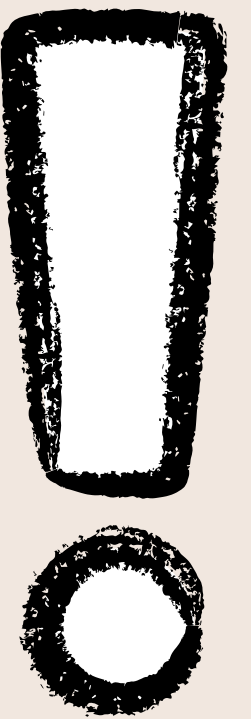
- цитата даётся в основной части текста
- один абзац – одна подробность
- оптимальный размер каждого абзаца – 3-4 строки

Организатор экофестиваля – библиотека им. Ленинского Комсомола при участии координатора акции в Нижегородской области, заповедника «Керженский», и при поддержке министерства экологии и природных ресурсов Нижегородской области.

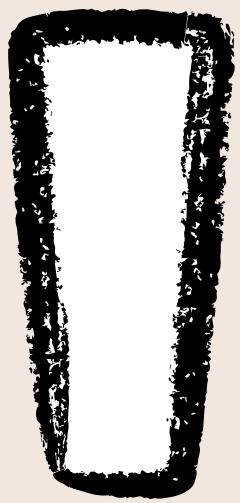
Заместитель директора по экопросвещению заповедника «Керженский», Татьяна Дмитриевна Городничева, пояснила: «Цель мероприятия – оказание общественной поддержки особо охраняемым природным территориям и привлечение внимания нижегородцев к экологическим проблемам».

Программа праздника включает: торжественное природоохранное шествие, приветственное слово организаторов и координаторов мероприятия, конкурс «Зеленый театр» на лучшую творческую миниатюру команд-экологов, торжественное награждение победителей конкурса, выступления детских творческих коллективов.

Справка. Марш парков (официальное название – Дни заповедников и



Правило № 3:
Дайте цитату
эксперта



Правило № 4:
Используйте
ТОЛЬКО
редактируемые
форматы файлов



Кому: газета Красный сормо... x

Копия: x

Скрытая: x

Тема: Экофестиваль «Сохраним места обитания растений и животных!» пройдет в Сорновском районе

Прикрепить файл из Облака из Почты Отправить деньги 1 файл, общий объем 46 КБ, удалить все

Пр Экофе... .doc x

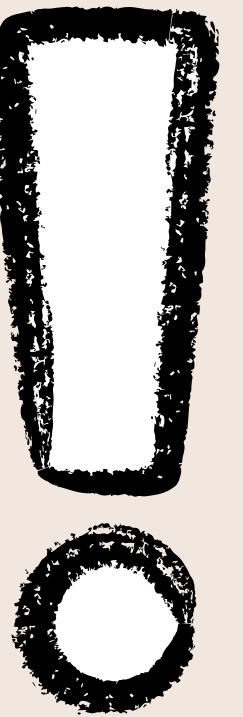
Ж К Ч А П Е Э :- ☺ ↶ ↷ ☑ ☒ | Еще | Убрать оформление Подпись Стили Открытки

Здравствуйте, уважаемая редакция!

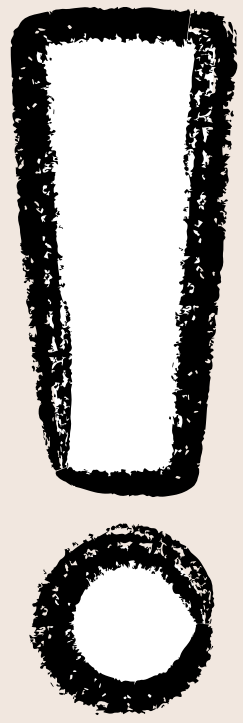
22 апреля 2019 года в 14.00 в Сорнове пройдет масштабный районный экофестиваль «Сохраним места обитания растений и животных!» в рамках международной природоохранной акции «Марш парков-2019».

Требования к фотографиям:

- в формате jpeg
- размер не менее 300 кб, не более 1 мб
- качественное, четкое, отражающее мероприятие, о котором пишете
- называть как сам документ пресс-релиза



Правило № 5:
Позаботьтесь о
дополнительных
материалах



Что ещё нужно
знать о подготовке
и рассылке пресс-
релизов

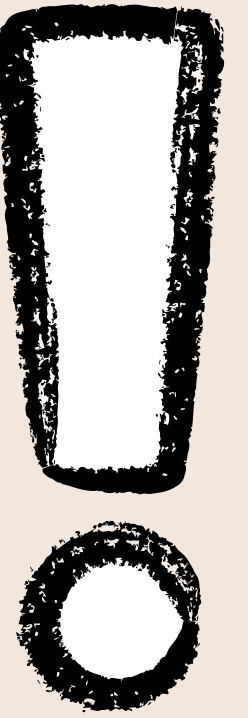
- новость должна быть действительно интересной
- пишите понятным и живым языком
- избегайте оценочных суждений
- проверяйте орфографию и пунктуацию
- старайтесь уместить пресс-релиз на одной странице
- информация должна быть актуальной, злободневной, «свежей»



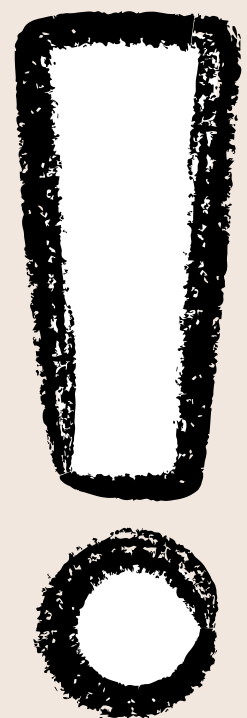
Как готовить публичные отчеты

Публичный отчет (социальный, открытый, творческий) - это не только публичное, но и творческое изложение результатов своей деятельности за определенный период времени, подготовленное определенным образом и адресованное заинтересованным сторонам.

- обязательное предоставление открытого (в любое время и всем желающим) доступа к отчету всех заинтересованных сторон
- отчет должен создаваться определенным образом с привлечением дополнительных возможностей в отличие от отчета общепринятого, который готовится для вышестоящей отраслевой организации



Особенности публичного отчета



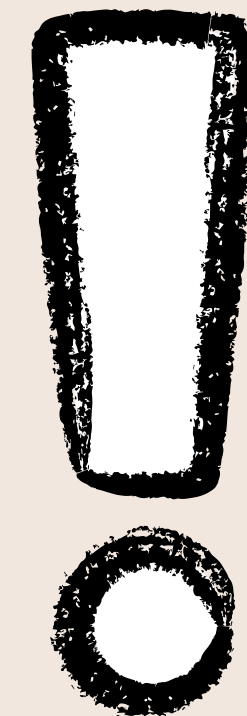
Зачем нужен публичный отчет?

Главным фактором в современном мире, влияющим на «появление» в библиотеке публичного отчета, следует считать **стремление организации быть открытой для понимания и конкурентоспособной.**

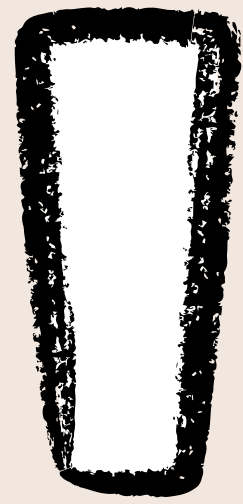
Каким образом заявить о себе, напомнить, привлечь читателя, показать свою значимость, свои многочисленные и дорогостоящие ресурсы? Какой **действенный инструмент** можно использовать?

Мировое сообщество предлагает – публичный отчет. Это действенный инструмент развития доверия граждан и эффективная форма пиар-технологий.

- публичный отчет носит творческий характер
- не ограничен строго обозначенными правилами
- предназначен для внешних аудиторий
- носит ярко выраженную социальную направленность
- должен быть интересен жителям, но при этом основываться на конкретных фактах и достоверно отражать результаты проделанной работы
- его назначение – показать населению современные возможности библиотеки, доказать ее полезность в жизни местного сообщества



Чем публичный отчет отличается от статистических, информационных и других видов отчетов?



Этапы работы при составлении публичного отчета

- I. Создание и формирование рабочей группы
- II. Определение целей и приоритетов
- III. Разработка структуры отчета
- IV. Описание результатов работы
- V. Сбор и анализ предварительной информации
- VI. Обработка информации и написание текста отчета
- VII. Публикация и распространение отчета
- VIII. Изучение мнения об отчете



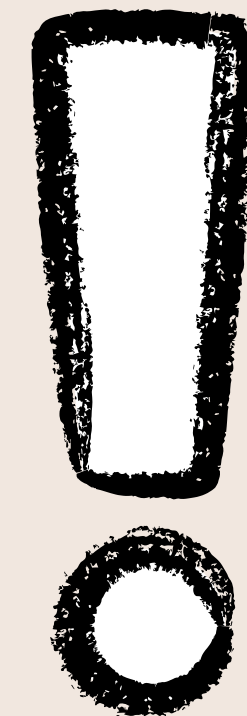
Рабочая группа разрабатывает концептуальную структуру отчета, определяет его тему, задачи, целевое назначение, формат, наполнение основного содержания.



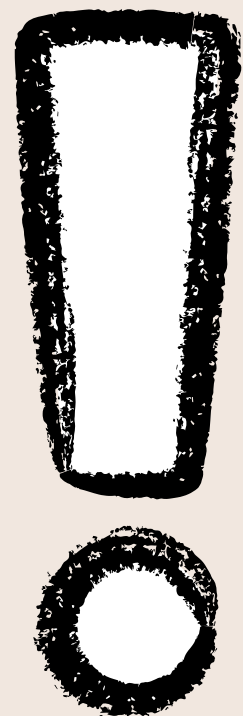
Члены группы собирают презентации, инфографику, фотографии, буклеты, которые делались в течение года, отзывы и мнения о работе библиотеки и другие материалы.



Представленная текстовая информация редактируется в едином стиле.



Процесс
ПОДГОТОВКИ
ПУБЛИЧНОГО
отчета

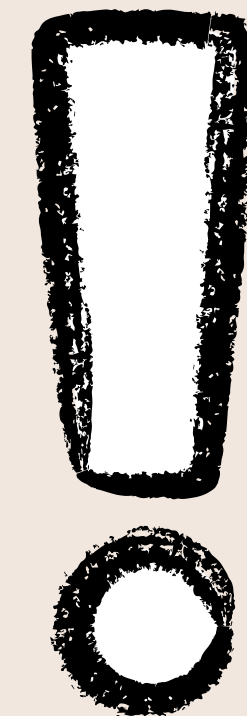


Какие сведения размещать в публичном отчете?

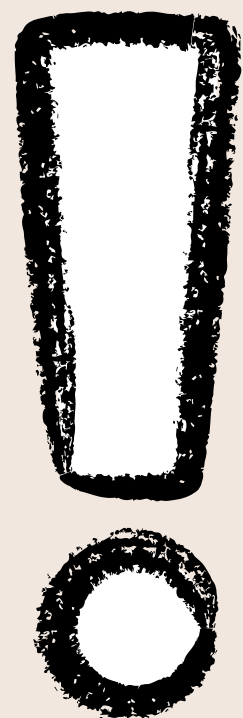
Примерный перечень может быть следующим:

- название и местонахождение библиотеки;
- миссия и задачи;
- организационная структура (в том числе структурные изменения в целях улучшения логистики обслуживания читателей);
- результаты деятельности за отчетный год (количественные показатели);
- завершенные за год проекты и программы;
- наиболее яркие события;
- веб-проекты;
- финансовый раздел (размеры и источники доходов – субсидии, целевое финансирование, поступления от учредителя, проектов, платных услуг);
- распространение информации о библиотеке (публикации в СМИ, профессиональных изданиях, сайт, рекламно-информационные материалы);
- партнеры, спонсоры;
- общественное признание (награды, дипломы, благодарности учреждению, отзывы о библиотеке);
- кадры;
- планы на будущее, перспективы развития;
- контактная информация.

- При описании мероприятий не рекомендуется использовать специальную терминологию.
- Текст должен быть простым и понятным людям разного возраста, уровня образования и одновременно литературно ярким, а также содержать точные названия мероприятий, краткую информацию о них.
- Публичный отчет необходимо строить как разговор с читателями (реальными и потенциальными).
- Весьма важно соблюсти баланс текста и иллюстраций.
- Можно сравнить данные своей библиотеки с данными других в выгодном для себя свете.
- Необходимым условием подготовки качественного отчета является отражение в его содержании позитивных изменений (новизны в работе) по сравнению с прошлым годом.



Каким должен
быть язык
публичного
отчета?



Формы публичного отчета

Отчет перед населением может быть реализован:

- в устной форме;
- в рекламно-информационной продукции;
- размещен на сайте библиотеки, в СМИ.

У каждой из этих форм есть свои особенности, преимущества и недостатки. Собственное издание (брошюра, буклет) имеет привычный для восприятия населением бумажный формат, удобен для представительских целей, но требует четкого планирования тиража.

Публикация в газете, журнале, бюллетене тоже имеет привычный формат, но будет восприниматься как одна из публикаций в периодическом издании и может быть непривлекательной для населения.

Самый большой охват населения информацией о деятельности библиотечных учреждений дает электронный публичный отчет, опубликованный на сайте. При этом можно проанализировать мнение граждан о библиотеке, предусмотрев обратную связь и алгоритм выставления оценки.

Библиографический список литературы

1. Иванова, К. А. Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. - 3-е изд., обновленное и доп. - Москва [и др.] : Питер, 2010. - 173 с. : ил. - (Серия "Маркетинг для профессионалов") (Бестселлер) - ISBN 978-5-49807-808-3.
2. Карпушин, Д. И. Пресс-релиз : правила составления / Д. Карпушин, С. Чикирова. - Москва [и др.] : Питер, 2007. - 217 с. : ил. - (Готовые маркетинговые решения). - ISBN 978-5-91180-145-8.
3. Лапичкова, В. Публичный отчет библиотеки перед населением / В. Лапичкова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. – № 2. – С. 81–89.
4. Паклин, А. Это нескучное дело... отчет : [из опыта работы Государственной публичной исторической библиотеки по составлению публичного отчета] / А. Паклин // Библиотека. – 2016. – № 8. – С. 12–15.
5. Паршукова, Г. Б. Социальная отчетность как форма пиар-технологий в библиотеках : лекция для системы повышения квалификации библиотекарей / Г. Б. Паршукова // Библиосфера. – 2006. – №1. – С. 61–63.
6. Пискунова, М. И. Пресс-релиз и другие PR-тексты: учебно-методическое пособие / М. И. Пискунова. – Москва : Факультет журналистики МГУ, 2017. – 34 с.
7. Уилкоккс, Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Д. Л. Уилкоккс ; перевод с английского. - 4-е изд. — Москва : Имидж-Контакт : Инфра-М, 2004. — 761 с. — (Современные консалтинговые технологии).

Список интернет-ресурсов

1. Взаимодействие с заинтересованными сторонами : методическое руководство для НКО. – Москва, 2008 – 44 с. – URL: <http://nkozakon.ru/wp-content/uploads/2008/08/Vzaimodejstvie.pdf> (дата обращения: 10.11.2021). - Текст : электронный.
2. Публичный отчет библиотеки как фактор информационной открытости : методические рекомендации / ГБУК «СКУНБ им. М. Ю. Лермонтова» ; составители Л. М. Белуза, Т. В. Брыгина ; ответственный за выпуск В. И. Белик. – Ставрополь, 2016. – 12 с. – (В помощь работе библиотек). – URL: http://stavkniga-ru.1gb.ru/Publ_otchet2016/files/assets/basic-html/page-1.html (дата обращения: 10.11.2021). - Текст : электронный.
3. Российская государственная библиотека для молодежи: публичный отчет. – Москва, 2020 – 43 с. – URL: <https://goo.su/98kG> (дата обращения: 10.11.2021). - Текст : электронный.
4. ГОСТ Р ИСО 26000–2012. Руководство по социальной ответственности : введен в действие 2013-03-15. – Москва : Стандартиформ, 2020. – 126 с. – Текст : электронный // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии : [сайт]. — URL: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=181382> (дата обращения: 10.11.2021).
5. Творческий отчет как средство популяризации библиотеки и чтения : [пошаговый мастер-класс] // wiki-Сибиряда : [сайт]. – URL: <http://bit.ly/2if0djM> (дата обращения: 10.11.2021). - Текст : электронный.