



БИБЛИОТЕКА  
НОВОГО  
ПОКОЛЕНИЯ

# СИЛА ТЕКСТА: КАК ПИСАТЬ, ЧТОБЫ О ВАШЕЙ БИБЛИОТЕКЕ ЧИТАЛИ?

**Лилия Третьякова**

Начальник отдела связей  
с общественностью УМДМБ РГБ



« Я странно читаю, и чтение странно действует на меня. Что-нибудь, давно перечитанное, почитаю вновь и как будто напрягусь новыми силами, вникаю во все, отчетливо понимаю и сам извлекаю умение создавать.

Федор Достоевский



## Зачем писать тексты?



чтобы донести до аудитории  
свои мысли и идеи



чтобы найти  
единомышленников



чтобы самореализоваться  
и проявить творческие  
способности

*Глобально — для того, чтобы улучшить  
свою жизнь и жизнь других людей*



# Тексты пишут все

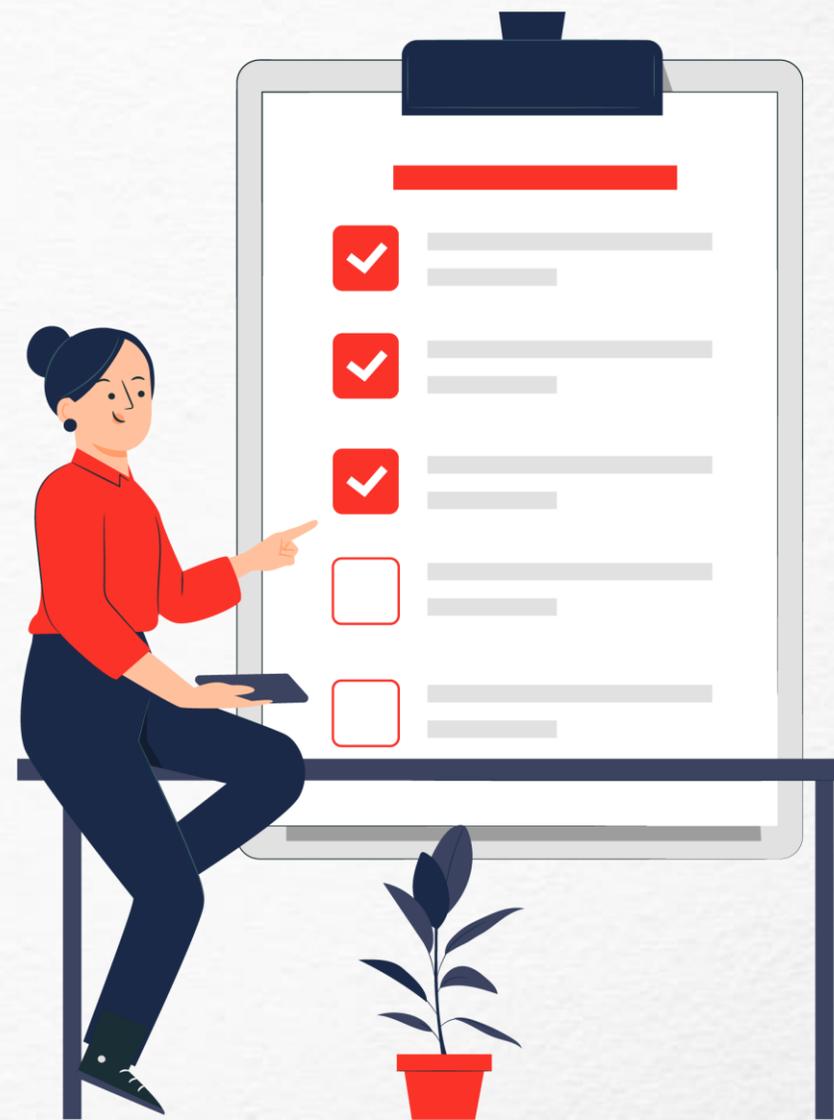
то, КАК и О ЧЕМ вы пишете, формирует  
у окружающих людей мнение о вас

*и о вашей библиотеке*



# Подготовка к написанию текста

- О чем вы бы хотели бы рассказать? Почему?
- Какую потребность аудитории вы «закроете» этим текстом? Будет ли в нём польза?
- Сможете ли вы «развлечь» читателя и/или подарить ему эмоции?
- После того, как вы выбрали тему: что нового вы могли бы в ней рассказать?
- Какой эффект от текста вы ожидаете получить?





# Важно помнить



## Для кого?

Ваша целевая аудитория, для которой вы пишете текст. Может быть несколько ЦА



## Что?

О чем вы хотели бы рассказать? Какой смысл донести? Что изменится в картине мира читателя?



## Как?

Какой голос (ToV — tone of voice — «тон голоса») и стиль коммуникации вы выберете? Через какие каналы коммуникации текст дойдет до читателя?



# Жанры журналистских текстов

оперативность

актуальность

новизна

## Информационные

Заметка, пресс-релиз, анонс, репортаж, информационный отчет и т.д.

анализ

оценка

толкование

## Аналитические

Статья, комментарий, аналитический отчет, рецензия, журналистское расследование и т.д.

изобразительные  
средства

литературность

авторский взгляд

## Художественно-публицистические

Очерк, фельетон и т.д.

*Жанр — устойчивая форма журналистского произведения*



# Структура текста

## 1. Заголовок

Привлекает внимание и вызывает желание прочитать текст. Можно использовать интересный факт или цитату эксперта.

*Сказки Пушкина объединяют: в модельных библиотеках прошел семейный квест к 225-летию поэта*

## 2. Лид

Первый абзац в тексте. Хороший лид отвечает на вопросы «что?», «где?», «когда?», «почему?», «как?». Должен вызвать у читателя желание узнать все подробности.

*Празднования 225-летия Александра Пушкина в этом году проходят по всей стране и за рубежом. Приуроченные к важной дате масштабные фестивали и тематические встречи объединяют почитателей поэта и задают новый тренд на изучение родной культуры в необычных форматах. Так, Российская государственная библиотека предложила модельным библиотекам, созданным благодаря национальному проекту «Культура», присоединиться к акции «Сказочный мир Пушкина: семейный квест к 225-летию русского поэта». Она была направлена на знакомство с текстами литератора в Год семьи в России.*



### 3. Вступительная часть

Задает тон, вводит в тему, обозначает проблему.

*Проектный офис Ленинки совместно с редакцией мобильного приложения для чтения «НЭБ Свет» разработал серию заданий разных уровней. Цель акции — повысить внимание к чтению, русскому языку и наследию, оставленному Пушкиным. И сделать форму взаимодействия понятной и увлекательной для людей всех возрастов.*

### 4. Основная часть

Раскрывает тему, показывает способы решения проблемы, здесь приводятся факты.

*А для квест-викторины с использованием карточек-ключей был сделан специальный онлайн-лендинг, где участники вводили секретный шифр. За время акции этот сайт посетили более **1150 раз**. Решение задания вызвало яркие эмоции у читателей: «Очень понравился квест с подсказками на карточках. Оказалось, что я даже очень хорошо знаю сказки Александра Сергеевича. Наша команда дала много правильных ответов», — рассказала 10-летняя **Диана**, читательница Межпоселенческой центральной библиотеки Слюдянского района в Иркутской области.*

*и т.д.*



## 5. Заключительная часть

Выводы и призыв к действию.

*По данным учреждений культуры, в мероприятиях акции «Сказочный мир Пушкина: семейный квест к 225-летию русского поэта» приняли участие более **9 тыс. человек**. Акция привлекла внимание читателей к книгам из фондов. Задействовано было **свыше 140 модельных библиотек из 50 регионов**. Кроме того, проект заинтересовал учреждения, не модернизированные по модельному стандарту. **Свыше 700 публикаций** размещены в социальных сетях и медиа. Учреждения культуры до сих пор активно делятся результатами акции в фото- и видеоформате, например [Межпоселенческая центральная библиотека в Георгиевском районе Ставропольского края](#).*

*С региональными публикациями об акции можно ознакомиться по хештегу #ПушкинНовогоПоколения. Официально мероприятия длились до 6 июня — Дня русского языка и рождения Пушкина. Однако высокая популярность среди читателей вдохновила библиотеки продолжать проект. Если вы впервые узнали об акции, но очень хотите реализовать ее в своем учреждении, то можете продолжать использовать методические рекомендации.*

[Текст полностью](#)



# Что нам НЕ нужно в тексте

1. Неинтересное начало
2. Канцеляризм и штампы
3. Банальная информация
4. Длинные перегруженные предложения
5. Абстракция вместо фактов
6. Избыточность и лишние детали





# Что нам нужно в тексте

1. Собственное четкое понимание: для чего?
2. Цепляющий заголовок
3. Глаголы
4. Простота и ясность
5. Конкретика: факты, цифры, примеры
6. Цитаты людей (со смыслом!)



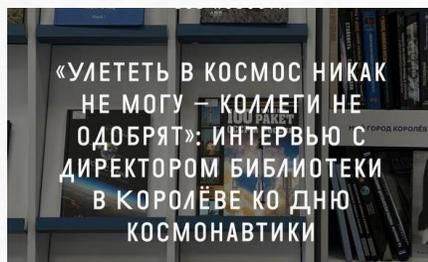


## Рекомендации

1. Проявите заботу по отношению к читателю: все понятно? Легко ли читать текст?
2. Используйте сервисы для проверки текста (например, [glvrd.ru](http://glvrd.ru) и [text.ru](http://text.ru)) — это ваши помощники
3. Прочитайте текст вслух: нет ли ли ошибок? Хватает ли дыхания?
4. Дайте тексту «отдохнуть» — вернитесь к нему со свежим взглядом через несколько часов или дней



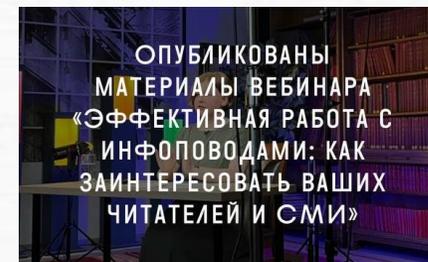
# Что делает текст интересным?



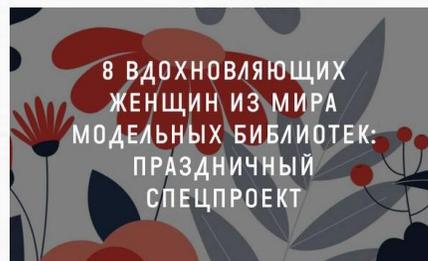
Личная история



Эффектная идея



Явная польза



Яркие герои материала



Необычный формат



# Мы любим

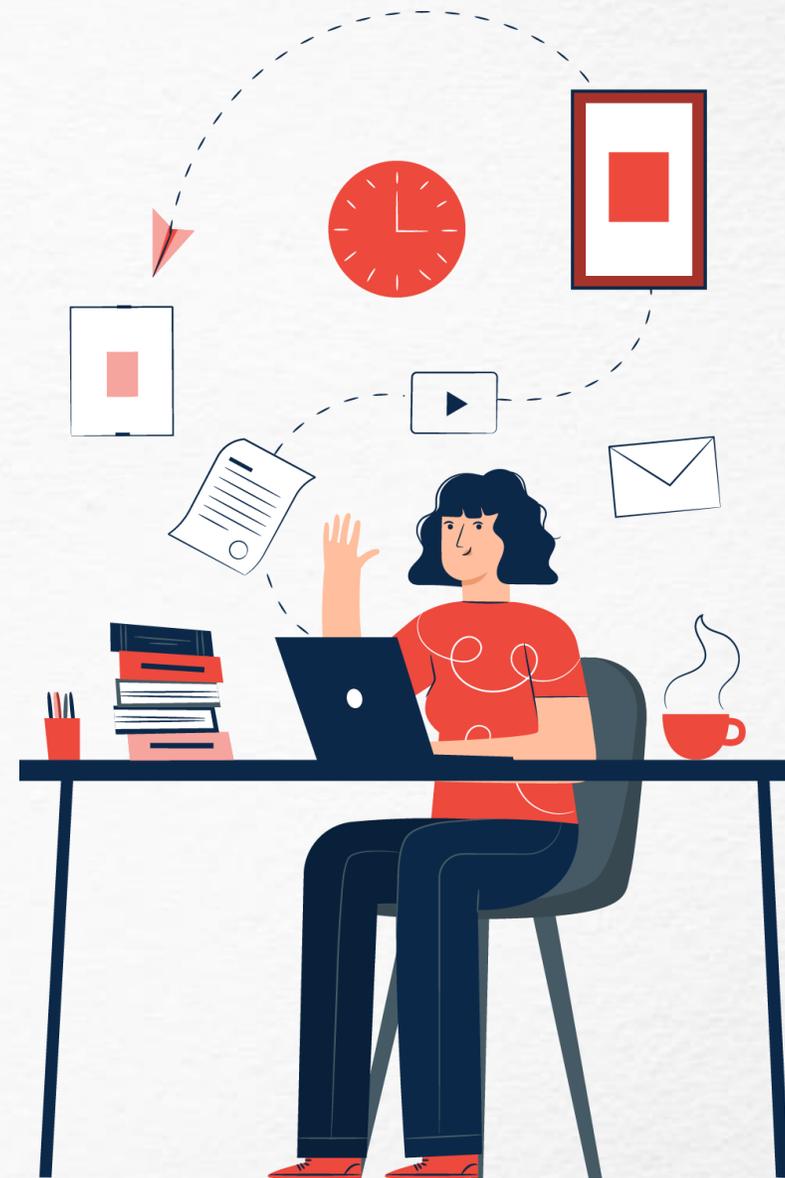
- ❑ Ясный смысл в тексте
- ❑ Людей: новаторов, профессионалов, лидеров изменений
- ❑ Креативный подход в идеях, коммуникации, форматах





## Если посмотреть еще глубже

- ❑ Не стесняйтесь: рассказывать о себе, библиотеке, достижениях
- ❑ Смотрите на возможные темы и в целом мир с разных сторон
- ❑ Общайтесь: с коллегами, читателями, людьми, которые работают совсем в другой сфере
- ❑ Занимайтесь самообразованием





## Остаёмся на связи!



Официальный сайт



[новаябиблиотека.рф](http://новаябиблиотека.рф)



ВКонтакте



[vk.com/newlibrary\\_ru](https://vk.com/newlibrary_ru)



Одноклассники



[ok.ru/newlibrary](https://ok.ru/newlibrary)



Почта



[pr@rsl.ru](mailto:pr@rsl.ru)  
[tretyakovalv@rsl.ru](mailto:tretyakovalv@rsl.ru)