Письмо редактора

(информационно-методическое письмо)

Уважаемые коллеги!

Сегодня культурно-досуговые учреждения – полноправные участники современного информационного сообщества и неотъемлемая часть культурной среды села, района, города. Именно деятельность учреждений культуры является одним из условий создания положительного имиджа территории.

Обеспечение населения информацией о своей работе в целях создания собственного привлекательного образа – одна из задач учреждений культуры. Только те из них, которые пользуются авторитетом и популярностью у населения, смогут рассчитывать на поддержку со стороны органов власти и представителей бизнеса (спонсоров).

Информирование осуществляется через районные СМИ, как правило, по следующим направлениям:

- анонсирование проектов, мероприятий и достижений;

- сообщение о том, что уже произошло, на каком уровне состоялось;

- обратная связь: письма-отзывы населения об увиденном, блиц-интервью.

Многие культурно-досуговые учреждения осуществляют подготовку и издание разнообразных информационно-рекламных материалов, предназначенных для распространения среди населения.

Растет число поселенческих КДУ, выпускающих периодические информационные издания, в которых публикуются новости о самых разнообразных событиях жизни села. Распространяются они бесплатно, как правило, через почту, выходят ежемесячно тиражом от 100 до 400 экземпляров. Структура изданий содержит тематические рубрики, страницы. Объем изданий – от 2 до 6 страниц (формат А4), печать на принтере (черно-белая, цветная).

У всех изданий на первой странице есть название, номер выпуска, периодичность выхода, на последней – учредитель, адрес, контактный телефон, тираж.

В Первомайском районе в Бобровском КДЦ выпускают газету «Бобрёнок», в Зудиловском КДЦ – «Культурную страничку села», в Жилинском КДЦ – «Жилинские вести», в Акуловском КДЦ – газету «Причумышье». Информационный бюллетень «Журавлик» готовят работники Ананьевского КДЦ Кулундинского района. В Павловском РДК «Юность» выходит информационное издание «Вести культуры», в Красногорском РДК – «Радуга творчества». В Прыганском КДЦ Крутихинского района выпускается информационный листок «Прыганский вестник».

В с. Барановка Змеиногорского района народная киностудия им. Н.Ф. Бондарева «Нива» готовит фоторепортажи о культурно-досуговых мероприятиях и творческих коллективах.

Специалисты Алтайского КДЦ Алтайского района постоянно размещают статьи, репортажи о культурных событиях в информационном бюллетене Алтайского сельсовета «Наше село». Подобные информационные бюллетени, газеты выпускаются с участием работников культуры и в других селах края: «Наша жизнь» (с. Лесное, Бийский район), «Станция Михайловка-Алтайская» (с. Михайловское, Михайловский район), «Селяночка» (с. Большая Шелковка, Рубцовский район), «Родник (с. Ануйское, Смоленский район) и др. Такие издания способствуют формированию позитивного имиджа как самого учреждения культуры, так и села.

Предлагаем учредителям и составителям изданий (газет, бюллетеней, листков) несколько рекомендаций по их подготовке.

Сведения, которые должны быть указаны в издании:

- название издания;

- характер и тематическая направленность издания (ориентация на массового читателя, освещение узкопрофессиональной сферы деятельности и т.д.);

- тираж издания (охват аудитории);

- периодичность выхода издания;

- объем отдельного номера издания;

- регион распространения издания;

- структура издания;

- внутренняя структура редакции издания с указанием основных должностей и имен (редактор, составитель);

- принадлежность издания (учредитель);

- адрес редакции, контактные телефоны.

Кроме этого, предлагаем рекомендательные заметки, подготовленные Ольгой Михайловой (Иркутский областной центр народного творчества и досуга).

|  |
| --- |
| С уважением,  Н.А. Кучуева,  зав. сектором редакционно-издательской деятельности АГДНТ |

О культуре печатного слова

(рекомендательные заметки)

Уважаемые коллеги!

Позвольте дать несколько рекомендаций (акцент на газетные выпуски):

Иллюстрации (всё, что касается фотографий, рисунков, графиков и пр.). Почти во всех изданиях заметно стремление поставить как можно больше фотографий. Не делайте этого. Во-первых, формат ваших изданий – А4 – не позволяет этого сделать. Фотографии получаются очень мелкими, порой даже трудно их разглядеть. Пусть будет одна фотография, но большая и качественная. Тем более когда много – это уже пестро, а не ярко и красиво. Также не стоит выделять фотографии в рамки, накладывать одну на другую (если это не специальная задача жанра), поворачивать по диагонали и пр.

Избегайте «случайных» картинок, напрямую не связанных с публикациями.

Не допускайте слишком бытовых фотографий, которые предназначены для семейного круга.

Шрифт должен быть одного размера. На полосе (как и в издании в целом) не стоит использовать больше двух-трех разных шрифтов. Он должен хорошо читаться (не мелкий, без лишних узоров и пр.). Выделение жирным или курсивом допускается только в особых случаях. Не нужно пестрить этим по всему тексту.

Однако шрифт заголовка должен отличаться: быть большего размера, чем основной, привлекать внимание читателя.

Дизайн, общее оформление должно быть узнаваемым, все полосы должны гармонично и эстетично смотреться вместе. Если используете верхние и нижние линейки, то на всех полосах, вверху каждой страницы обязательно название, номер и дата.

Первая полоса должна быть узнаваемой. Самое главное – она должна привлечь внимание. Помимо «шапки» издания, публикуйте, например, фотографию на одном и том же месте, одного размера. Можно поставить колонку редакции, анонсы или что-то еще. В этом никто не ограничивает, но оформление первой полосы должно стать традиционным.

От количества колонок будет зависеть их ширина. На одной полосе в разных материалах она может меняться. Но не переусердствуйте. Главное – чтобы смотрелось эстетично.

Грамотность и литературное качество текстов должны быть на высоком уровне. Грамотность важна так же, как и содержание. Язык СМИ играет важную роль как в распространении русского языка, так и в повышении грамотности населения. Не важно, кем написаны материалы – профессиональным журналистом или человеком из иной сферы деятельности. Самое главное, что вы не только как работники культуры, но и как авторы текстов несете культуру русского языка в массы. В то же время тексты должны быть простыми, ясными, интересными, логичными.

Придумывайте интересные заголовки. Это сложно, по попробуйте перечитать свой текст и обязательно найдете там «зацепку». Кстати, заголовки не нужно выделять кавычками, а после них никогда не следует ставить точку.

Следите за пунктуацией: много лишних запятых. Все путают тире и дефисы, либо просто не задумываются об этом – на «мелочи» тоже необходимо обращать внимание.

Грамотная подача – если это заимствованный материал (из книги, Интернета, другого СМИ), обязательно указывайте источники информации.

Сделайте постоянные рубрики, тематические страницы. С помощью них вы будете акцентировать внимание читателей на важных вещах, ориентировать во всем многообразии представленных тем, да и просто придадите своему изданию упорядоченный вид.

Но содержание превыше всего. Своим читателям вы можете рассказать о многом, даже лучше профессионального журналиста. Вы владеете знаниями о такой огромной и самой интересной сфере нашей жизни – культуре.

Не публикуйте ничего, что не соответствует тематике вашего издания.

Напоследок позвольте дать совет: перед тем, как начать делать собственное издание, посмотрите на то, что уже создали до вас, Составляйте по аналогии и добавляйте свою фантазию. Я уверена, что вам это обязательно поможет. Также рекомендую прочитать пособие Дэвида Рэнделла «Универсальный журналист», главы 16, 17 (электронная версия есть в Интернете). Это произведение написано на доступном языке, очень интересно, легко читается и быстро запоминается.

Благодарю за внимание! Желаю успехов!