



ГБУК ИОГУНБ

Отдел по связям с общественностью и
рекламе

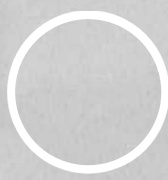


Памятка

"Как определить, является ли
сообщение библиотеки
информационным поводом?"



Иркутск,
2026 г.



Что такое информационный повод?



www.infpovod.ru



Информационный повод — это событие, изменение или факт, который делает сообщение актуальным и интересным для аудитории именно сейчас.

Информационный повод отвечает на вопрос: „Почему об этом важно рассказать сегодня?“

Инфоповоды помогают библиотеке быть заметной, востребованной и значимой для своего сообщества.



Зачем библиотеке создавать и освещать информационный повод?

- ✓ Повышать узнаваемость библиотеки в сообществе и информационном пространстве.
- ✓ Привлекать новых читателей и партнёров.
- ✓ Показывать реальную работу, а не только отчётные цифры.
- ✓ Формировать положительный имидж современной и активной библиотеки.
- ✓ Подтверждать социальную значимость учреждения для территории.
- ✓ Укреплять поддержку со стороны администрации и жителей.

Чек-лист для определения инфоповода

Если сообщение библиотеки соответствует 2–3 и более критериям, его можно рассматривать как информационный повод.

1. Новизна:

- событие происходит впервые;
- запущен новый проект, услуга, формат работы;
- произошли изменения по сравнению с предыдущей практикой.

2. Социальная значимость и польза:

- событие полезно для жителей;
- решает конкретную проблему;
- открывает новые возможности для читателей.

3. Конкретное событие или дата:

- открытие, запуск, конкурс, встреча;
- юбилей, памятная дата, профессиональный праздник;
- участие библиотеки в значимом мероприятии.

4. Человеческая история:

- есть герой (читатель, сотрудник, волонтер);
- необычная личная история;
- успех или достижение конкретного человека.

5. Необычность:

- нестандартный формат мероприятия;
- редкая тема;
- интересные цифры, факты, результаты.

6. Актуальность момента:

- связано с текущими событиями;
- отвечает на запросы аудитории;
- имеет объяснение «почему именно сейчас».



Что чаще всего НЕ является инфоповодом:



- ✗ Обычное объявление о режиме работы.
- ✗ Стандартный анонс без особенностей.
- ✗ Повторяющееся мероприятие без новых элементов.
- ✗ Сообщение без конкретики и событийности.



Важно помнить:

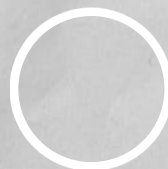
Даже небольшая библиотека может создавать инфоповоды.

Информационным поводом может стать не масштаб события, а его значимость для местного сообщества.

При подготовке сообщения рекомендуется задать себе три вопроса:

1. Что нового произошло?
2. Кому это важно?
3. Почему об этом стоит рассказать сейчас?

Если на эти вопросы есть чёткие ответы — перед вами информационный повод.



Примеры формулировок инфоповодов:

✗ Было: «В библиотеке прошла встреча с местным поэтом».

✓ Стало (инфоповод):

«В библиотеке впервые прошла творческая встреча с местным поэтом - участником областного литературного конкурса».

✗ Было:

«Поступили новые книги».

✓ Стало:

«В фонд библиотеки поступили 120 новых книг - среди них долгожданные новинки современной прозы».

✗ Было:

«Прошел мастер-класс».

✓ Стало:

«Жители поселка освоили технику изготовления семейных оберегов на мастер-классе в библиотеке».

✗ Было:

«Библиотека провела мероприятие ко Дню пожилого человека».

✓ Стало:

«В День пожилого человека библиотека организовала встречу поколений: школьники записали воспоминания старожилів села».

✗ Было: «Прошло занятие кружка рукоделия».

✓ Стало: «Участники кружка в библиотеке изготовили сувениры для благотворительной ярмарки»

✗ Было: «За январь библиотеку посетили 300 человек».

✓ Стало: «Посещаемость библиотеки выросла на 20% по сравнению с январем прошлого года»

Алгоритм создания информационного повода с нуля

Если кажется, что "ничего особенного не происходит",
используйте алгоритм:

1 Найдите факт

Что реально произошло?

Что изменилось?

Кто участвовал?



2 Добавьте значимость

Почему это важно для жителей?

В чем польза?

Есть ли социальный эффект?

3 Добавьте конкретику

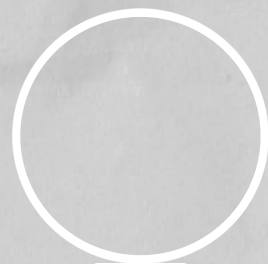
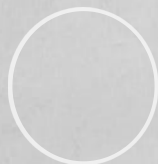
Цифры

Имена

Возраст

Результат

Географию



4 Ответьте на вопрос:

Почему об этом нужно рассказать именно сейчас?

Как превратить объявление в инфоповод?



Обычное сообщение	Почему ошибка	Что добавить	Примеры формулировки
Клуб мультипликации	Сообщение о текущей деятельности	Конкретику в цифрах, результаты деятельности	30 школьников начали осваивать основы анимации. Клуб мультипликации провел свое пятидесятое занятие. Юные участники КМ создали свой первый анимационный фильм
Изучение бурятского танца	Это просто факт	Сохранение традиций, новизна, связь поколений, событие/дату, масштаб	В библиотеке стартовал цикл занятий по бурятскому танцу ёхор – к Году народного единства. К празднику Сагаалган читатели библиотеки разучили танец Ёхор Более 30 жителей поселка присоединились к изучению ёхора в библиотеке.
Обложки для книги сказок	Слабый факт	Результат, конкретику и перспективу, масштаб, необычность, социальную значимость	25 школьников разработали дизайн обложки для библиотечной книги сказок. Библиотека готовит сборник сказок местных авторов – обложку создают дети. В библиотеки дети стали дизайнерами собственной книги сказок.



Пример хорошего инфоповода:

**В Гуманитарном центре-библиотеке имени семьи Полевых
вышел первый выпуск аудиоподкаста
«Наши родные сказки»**

Библиотека представила новый выпуск аудиопроекта «Наши родные сказки», посвящённого фольклору и культуре сибирских народов. Аудиосказка исполнена юными артистами Театральной студии центра. Подкаст создан в рамках проекта краеведческого направления «Гений места» и стал новым форматом популяризации культурного наследия региона. Проект объединяет литературу, театр и современные цифровые технологии. Первый выпуск приглашает слушателей в путешествие по сказочному наследию Сибири и отражает культурное богатство народов региона.

Пример хорошего инфоповода:

- ✓ Есть конкретное событие — вышел первый выпуск.
- ✓ Подчёркнута новизна формата.
- ✓ Есть участники - юные артисты.
- ✓ Есть связь с проектом «Гений места».
- ✓ Показана значимость для региона.

Если нужно усилить инфоповод ещё больше, можно добавить:

- дату выхода;
- где можно послушать;
- сколько участников задействовано;
- планы на серию выпусков;
- цитату руководителя проекта.