

宣传素材的挖掘和撰稿技巧

中国文化报 胡克非

1 为什么要宣传？

——酒香也怕巷子深



让别人知道你在干嘛

“史上最强文案—甜过初恋”
卖橙子的老奶奶这个牌子说明了一切，对于小摊贩来说，四个字省去了传统的吆喝，让人一目了然，印象深刻。





让别人知道你的特色

“自己生的”

同样四个字，说明白了自己的特点——新鲜。语气调侃有些无厘头，基本上每个买鸡蛋的人都会掏出手机拍照，顾客自发变成了推销员。





让别人知道你要什么

“希望工程大眼睛小姑娘”

简单一张照片，到今天让所有人知道了希望工程，也成功的唤起了很多人心中的公益，这也是宣传中莫大的成功



2

图书馆要宣传什么？



图书馆能宣传什么？

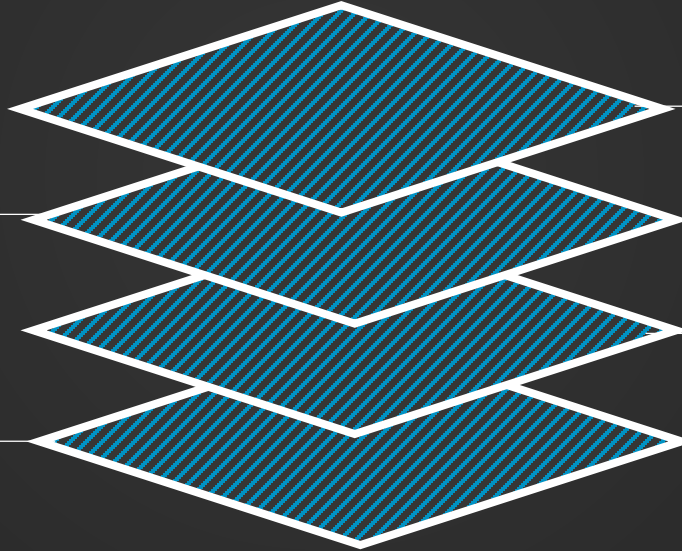


馆藏资源

馆藏资源是图书馆生存的基础，宣传工作不能停留在新书通报或者揭示目录这种传统工作上，通过举办活动，展览，科普讲座，开展读书会等活动全面的宣传馆藏资源。

电子文献

电子阅览室的使用和咨询。如何提高电子文献利用率，简化使用流程，方便读者阅读，在宣传中可突出专业化、研究性的特点。



人才资源

以人为主体进行宣传活动，大到领导，小到一个馆员，他们在本职工作上不普通的工作，通过宣传他们在专业领域上突出贡献，在服务中的亮点介绍，来让读者了解图书馆人的热情和责任感。

亮点服务

除了基本的借阅和阅览两种服务以外，图书馆都在不断开辟新的服务内容，此外还有图书馆的硬件更新，条件完善，设施的完备，图书馆在公共文化服务中的职能越来越多。

宣传的对象是谁？



宣传的对象：领导？

宣传的对象：同行？

宣传的对象：读者？

以上三点都对，但要分清主次。

永远以用户（读者）为核心



用户来图书馆要干嘛？

如何方便、快捷的与图书发生关系，是用户（读者）的核心诉求

借书

查资料

看书

3

图书馆要如何宣传？



图书馆的宣传手段

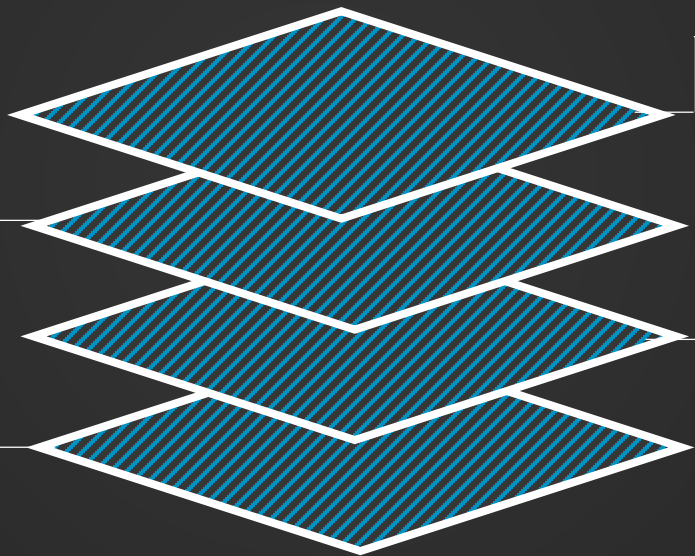


投放硬广：

人有多大胆
地有多大产

组织活动：

参与度高
灵活性强



馆内宣传：

守株待兔

新媒体：

大势所趋



图书馆能组织什么活动？

常规活动形式

藏书展览

学术论坛

设施体验

节庆活动


文化讲座

读书会

课程培训



活动要注意蹭热点



做活动一定要掌握蹭热点的秘诀，关注当下国家发展的大方向大方针以及各类的流行文化活动，是组织活动的窍门。

近期可以蹭的热点

一带一路
文化扶贫
优秀传统文化传承发展工程
公共文化服务保障法
图书馆法（待）



挖掘素材前的最后一步

换位思考，
假如你是一名读者

Why ?

What ?

How ?

4

如何与挖掘素材?





什么是新闻价值？

所谓新闻价值，说白了
就是人咬狗的事





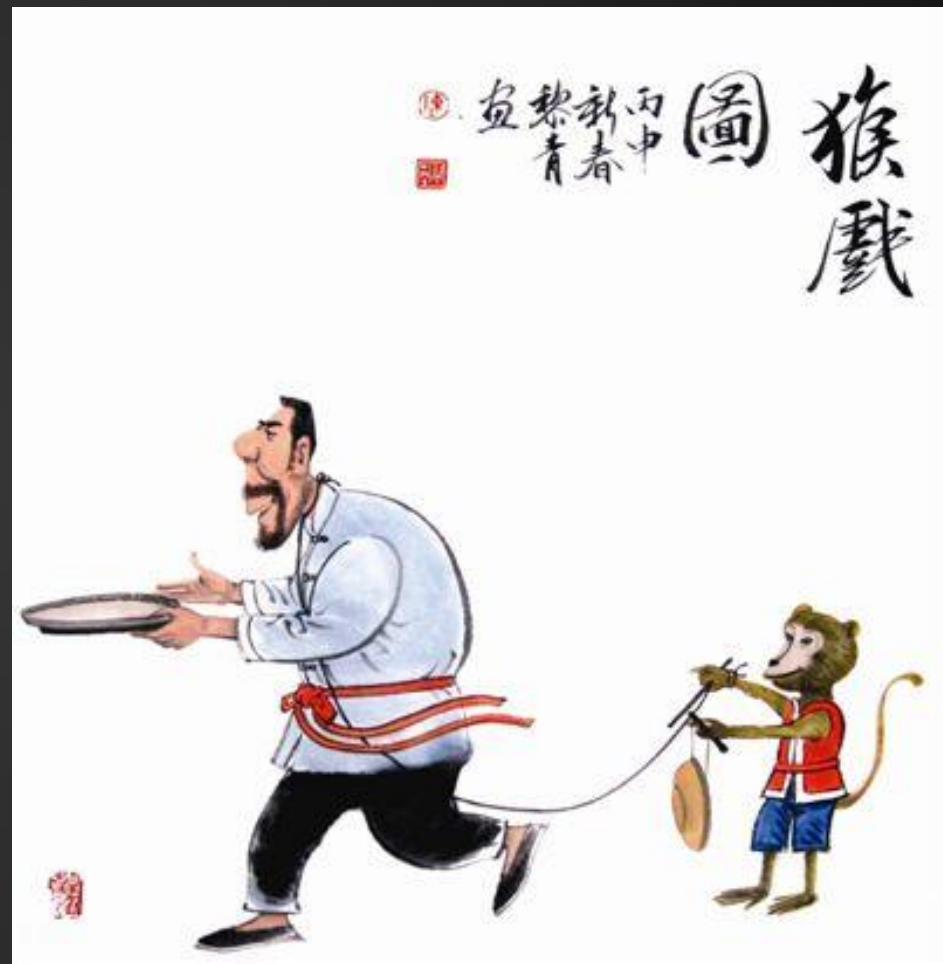
什么叫人咬狗的事？

火车正常行驶：狗咬人

火车出轨了：人咬狗

飞机晚点了两小时：狗咬人

飞机早到了两小时：人咬狗



人咬狗小测试



1. 小明来图书馆借书
2. 小明来图书馆没借到书
3. 小明来图书馆没借到书，还被保安揍了一顿



找重点，放大它



一个活动组织前一定要知道自己到底是要干嘛，主旨是什么？主题必须突出，亮点必须明确，内容丰富与否甚至都没有主题明确重要。

重点越突出，新闻媒体越喜欢，达到双赢，才可以真正达到宣传的目的，不然就是做了无用功。



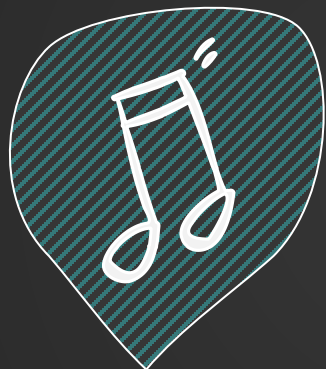
S

如何撰写宣传稿件？

宣传稿件的四要素



准确性



趣味性



信息量



时效性





信息量：宁缺毋滥

对于非新闻专业写作领域的人来说，
筛选信息是最难的。

平日中大量的宣传稿件，都是不经筛选的产物。

很多人在面对庞大信息量时
都会面临选择障碍

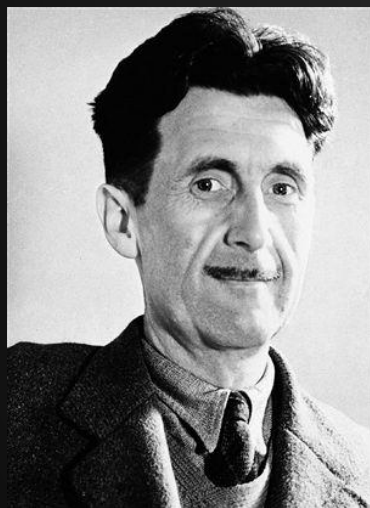
适当取舍会让稿件变得精致





写作技巧一

奥威尔六条



不要滥用比喻

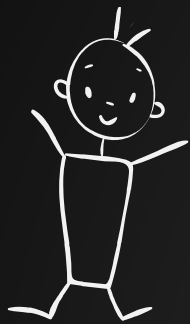
一个字
能说清的
不要两个字

但凡
可以删掉的
统统删掉

能用主语语态
不用被动语态

能用常用词
不用术语

不用
粗俗词汇



写作技巧二

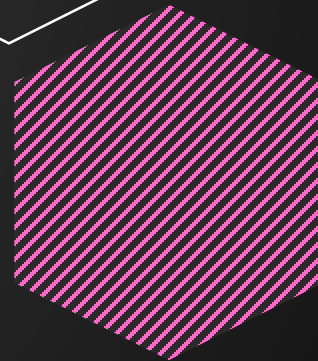
风格的要素

多用具体、明确、展示细节的词语

不要解释

平实
简单
真诚

不要夸张





写作技巧三

万恶的逻辑



逻辑线索

段落承接

图片
也要有逻辑



如何训练？

唯手熟尔

世间万物
来自模仿

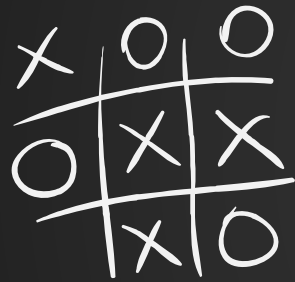
阅读
主流媒体
积累
官方语言

收集大量信息

训练观察能力

从简单描写
入手训练

读大量闲书



THANK
YOU

