






ПОЛЕЗНЫЕ ДОПОЛНЕНИЯ:

 Любая новость должны быть оперативной. Конечно, профсоюзные сайты не информационные агентства, которые соревнуются друг с другом в скорости оповещения. Но все же, нужно стараться, чтобы наши новости были свежими и актуальными.

 Новость на сайт не должна быть слишком длинной. Точно не больше одной печатной страницы.

 Хорошо, если в тексте есть ссылки на полезную информацию по теме. Но не нужно ими злоупотреблять, 1-2 будет достаточно.

 Сопроводите вашу новость фотографией, а если есть возможность и видео. Тогда уровень ее заметности и читаемости будет намного выше. Но помните, снимок должен быть ярким и интересным. Групповое фото на память к новостным сообщениям не подходит. Такие фотографии размещают на сайте когда нет другого выбора. Лучше использовать репортажные снимки, сделанные в ходе события, а не после него.

 Придерживайтесь единого стиля написания текстов для всего сайта. Проверьте правописание, наличие грамматических ошибок, опечаток.



ТАТАРСКАЯ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕРОССИЙСКОГО ПРОФСОЮЗА ОБРАЗОВАНИЯ

Серия Школа профсоюзного журналиста

Выпуск 1

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ ДЛЯ САЙТА



Пресс-центр (843) 236-37-92
pr@edunion.ru


Казань, 2017

Сегодня большинство профсоюзных организаций имеют свои сайты. Все они требуют регулярного обновления контента. Зачастую нам не составляет большого труда выложить на сайт документы и положения, а вот с наполнением информационной ленты бывают сложности.

ТАК КАК ЖЕ НАПИСАТЬ ЗАМЕТКУ НА САЙТ?

Самое главное требование – текст должен быть написан для людей, простым и понятным языком. Он должен читаться ЛЕГКО. Не секрет, что с экрана информация воспринимается намного сложнее, чем напечатанная в журнале или газете. Наша задача сделать так, чтобы человеку не нужно было вчитываться, пытаясь понять о чем та или иная новость.

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА НАПИСАНИЯ ЗАМЕТКИ:

 Любая информационная заметка должна в первых двух предложениях содержать ответы на три основных вопроса:

ЧТО произошло? / ГДЕ? / КОГДА?

Затем вы указываете - **С КЕМ** произошло. То есть, кто был основным действующим лицом. Далее можно написать о том, **КАК** происходило событие, о котором вы сообщаете, и **ПОЧЕМУ** это случилось. И, наконец, сообщите, каковы будут **РЕЗУЛЬТАТЫ** и **ПОСЛЕДСТВИЯ**. То есть принцип такой: вначале основная идея, затем вспомогательная информация.



Самая важная часть сообщения - первый абзац. В нем, собственно, и должна содержаться новость, ее суть. Каждый абзац должен начинаться с ключевой фразы и содержать законченную мысль.



Предложения не должны быть громоздкими и слишком длинными. Лучше разбить одно большое предложение на 2-3 маленьких. Не стоит мучиться в поисках «красивых», «умных» слов и выражений. Нужны простые четкие формулировки.



Избегайте нагромождения профессиональных терминов. Меньше эмоций и оценок. Индивидуальность автора, его эмоциональный мир, размышления и оценка происходящего, безусловно, ценны, но информационная заметка строится по другим канонам: краткость и еще раз краткость! По большому счету, читателей интересуют только мнения компетентных источников. Поговорите со специалистами или участниками события, пусть они прокомментируют то, о чем вы рассказываете.



Полностью пишите имена, фамилии, должности, а также названия учреждений, расшифровывайте аббревиатуры. Сокращения типа: МБОУ СОШ или МАДОУ утяжеляют восприятие текста. Напишите просто: казанская школа №18, детский сад №15 города Нижнекамска и так далее.



Придумайте яркий заголовок. Доказано, что 80% пользователей просматривают лишь заголовки новостной ленты, поэтому если вы хотите,

чтобы ваше сообщение прочитали, надо либо заинтриговать читателя (например, заголовок может быть такой: В продаже обнаружили опасную школьную форму), либо уже в заголовке сообщить главное (Профсоюз добился повышения зарплаты учителю на 20 процентов).



Цифры делают заметку весомей. Но нужно помнить: они всегда познаются в сравнении. Сообщить, что в этом году 100 выпускников Казани окончили гимназию с золотыми и серебряными медалями, мало. Нужно показать тенденцию: а сколько медалистов было в прошлом году?

СОВЕТ

Когда новость написана – прочитайте ее вслух. Звучать она должна как слегка подправленный вариант вашей устной речи. «Золотое правило» британской радиовещательной корпорации (BBC): даже о самом сложном событии из мира высокой политики или экономики пишите так, как будто вы рассказываете о нем по телефону своей бабушке. Возьмите этот принцип на вооружение.