

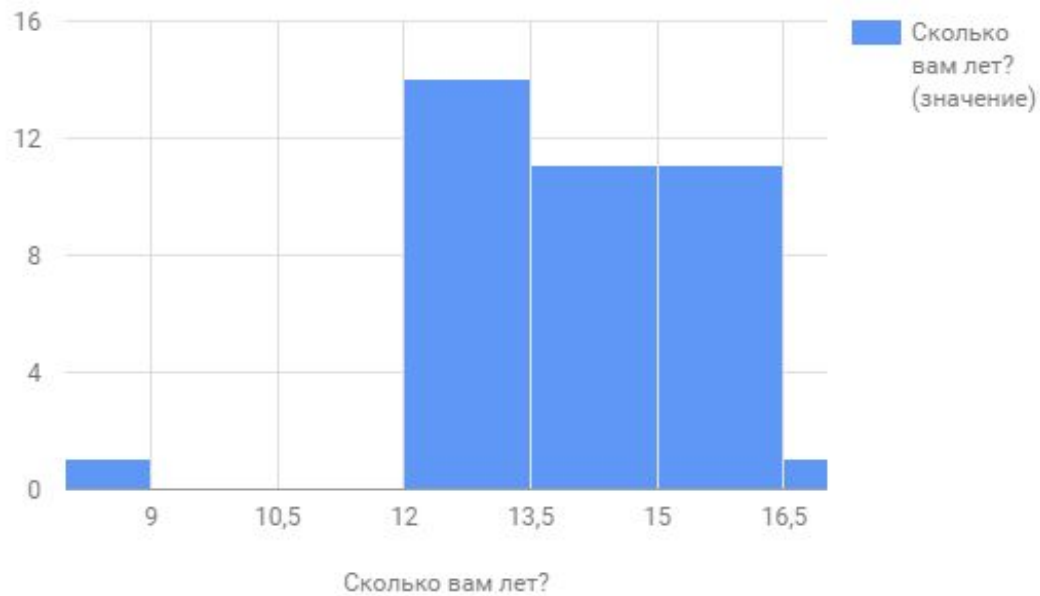
**Новость/новостная
заметка/пресс-релиз**

Аудитория «Точки внимания»

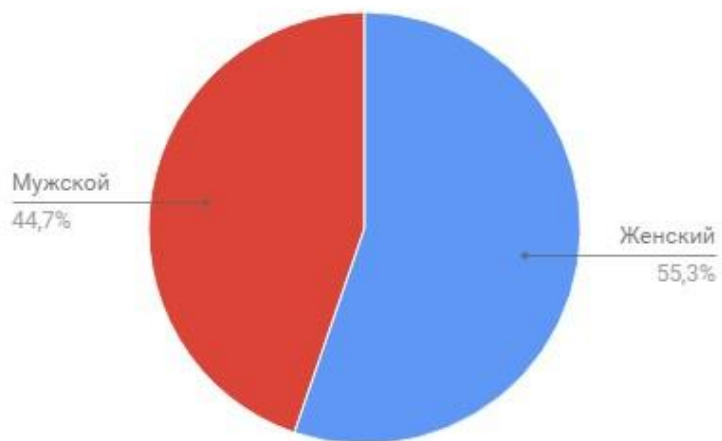
- Возраст
- Пол
- Род занятий
- Интересы
- Источники информации



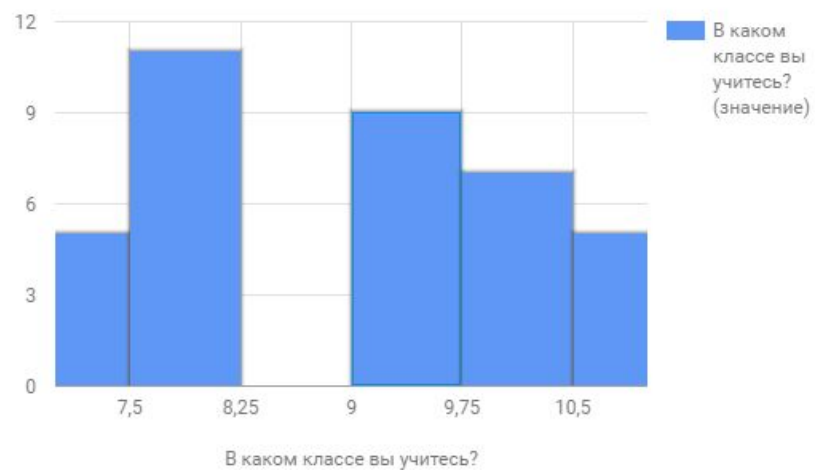
Сколько вам лет? – гистограмма



Ваш пол – количество

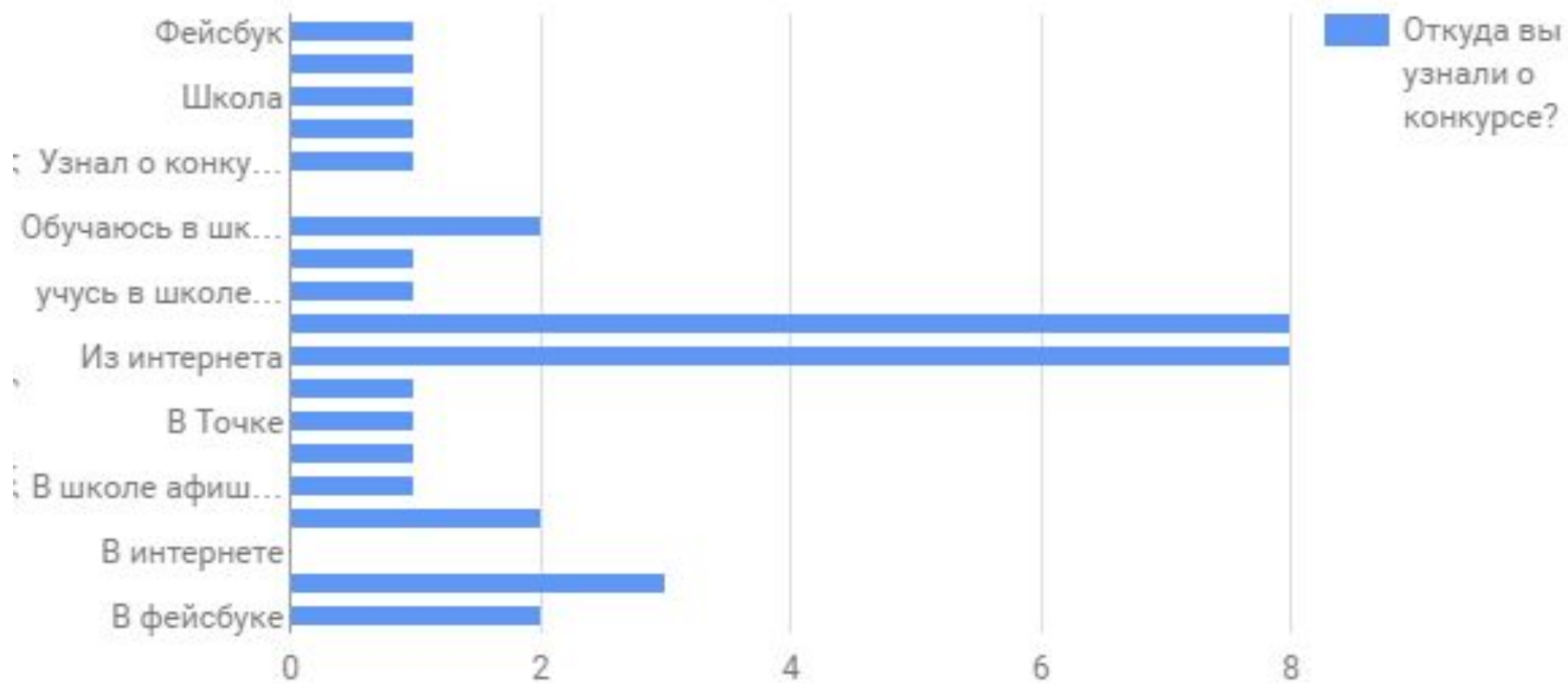


В каком классе вы учитесь? – гистограмма





Откуда вы узнали о конкурсе? – количество

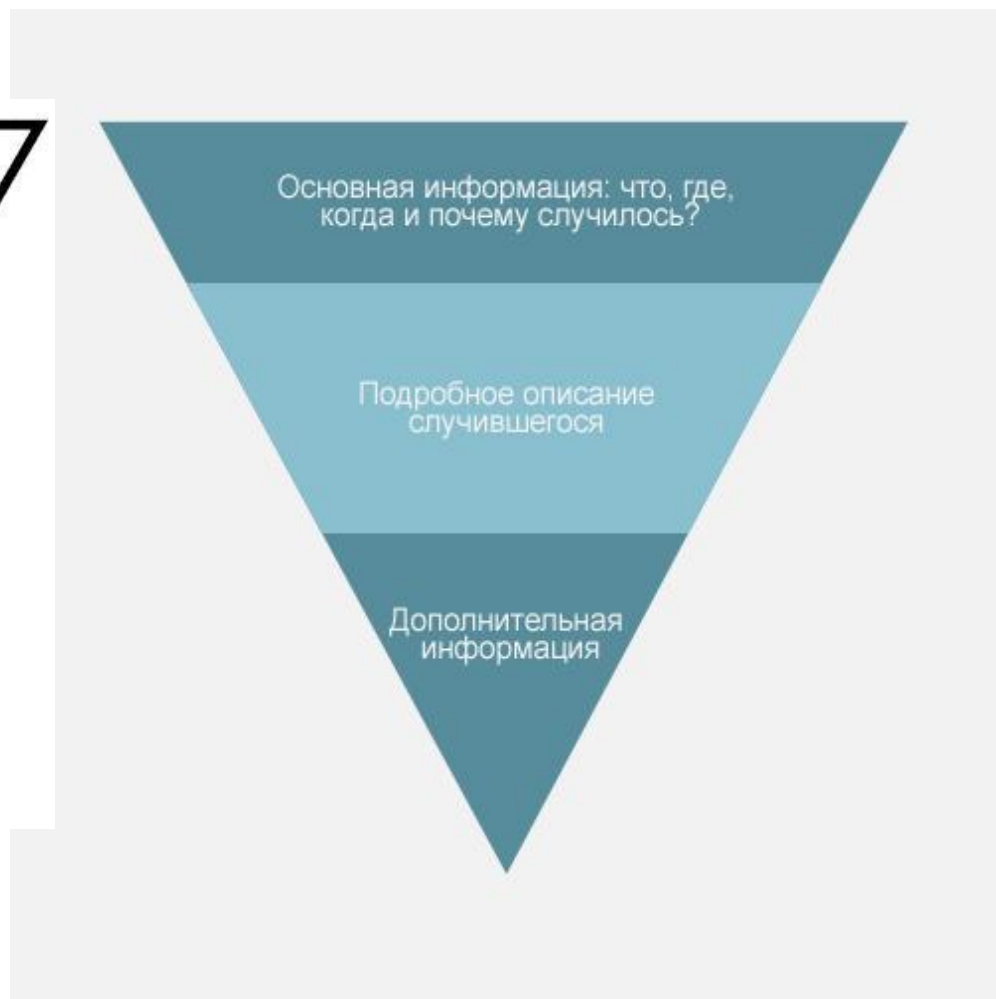


Откуда вы узнали о конкурсе? – количество

Новость

- Содержит новое – то, чего раньше не знали
- Эта информация имеет ценность для целевой аудитории
- Сухость, точность, нет авторской позиции
- Цель автора – возможно быстрее сообщить читателю актуальную новость – определяет основные особенности этого жанра газетных публикаций

Строение новости – принцип обратной пирамиды



Заголовок

Новости в Перми 11 февраля, суббота 10 56

1. CNN сообщил, что спецслужбы подтвердили часть компромата на Трампа
2. Пушков усомнился в заявлениях Могерини по санкциям против России
3. Около 200 дельфинов выбросились на берег в Новой Зеландии
4. Трамп пообещал изучить вопрос о контактах своего помощника с послом РФ
5. Пострадавшую в ДТП премьер-министра Польши доставили в госпиталь в Варшаве

Заголовок

Заголовок информативен!

- **содержит главную мысль новости, очищенную от деталей.**
- Заголовок точно передает суть новости и отвечает на вопросы «кто что сделал» или «что произошло/произойдет».
- После прочтения заголовка, остаются вопросы каким образом, где, зачем, как долго и так далее. Но не может быть вопроса «кто главное действующее лицо» или «что произошло».

Заголовок

Заголовок лаконичен!

- формируются по принципу **минимального достаточного**
- Проверяем: Убираем каждое слово (ответ на тот или иной вопрос) и смотрим – не потерял ли заголовок смысл, по-прежнему ли он передает суть новости. Если не потерял, и суть новости остается – выкидываем слово.
- Смотрим, можно ли заменить длинные слова равнозначными более краткими синонимами или словосочетаниями.

Заголовок

Заголовок понятен!

- должен быть понятным «среднему уму»!
- Проверяем: Заголовок содержит только общеизвестные аббревиатуры (РФ, ПГУ, НДС, ФАС), не содержит сложных терминов и профессионального жаргона, слов с множеством значений (если в сочетании с другими словами заголовка множественность значения не ликвидируется. Например «соответствие стандарту» - непонятно чего, «соответствие стандарту ISO 9001» – понятно).

Заголовок

Заголовок виден!

- Должен визуально выделяться, относительно текста

Заголовок активен!

- В заголовке используются глаголы в активном залоге.

Первый абзац - лид

- Классический лид отвечает на шесть вопросов:
 - когда?
 - где?
 - что?
 - кто?
 - почему?
 - как?




ТЕКСТ_новости Перми



Холодная погода продержится в Перми до воскресенья

29 апреля 2015 | 10:07

Завтра в школе дизайна «Точка» пройдет открытая лекция о движении мэйкеров

 Сохранить

 Поделиться

0

 Tweet

30 апреля в 18:00 состоится встреча с со-основателем Пермского Мэйкерспейса Владиславом Луначевым. Он расскажет собравшимся о новой, характерной для информационной эры системе производства и дизайна, центральное место в которой отводится мэйкерспэйсам - креативным пространствам, в которых люди могут общаться, воплощать свои идеи, проводить эксперименты, изучать и оттачивать новые навыки.

ТЕКСТ В СОЦСЕТЯХ

У нас есть [группа ВКонтакте](#).
Присоединяйтесь!

[Специальный канал в Telegram](#) о еде и развлечениях в Перми.

Первый абзац

Первый абзац – информативен!

- Первый абзац содержит главную мысль (фабулу), с теми подробностями, которые влияют на понимание новости. В отличие от заголовка называет полные названия компаний, документов и т.д.
- Могут быть обоснованные исключения.

Первый абзац

- **Первый абзац лаконичен!**
- Содержит только те подробности, которые непосредственно необходимы для понимания новости. Проверяем: аналогично заголовку.
- Предпочтительно, чтобы абзац состоял максимум из 2-3 предложений.
- **Первый абзац понятен!**

ОСТАЛЬНЫЕ АБЗАЦЫ

Абзацы выстроены по мере убывания важности!

- При «обрезании» абзацев снизу новость не должна терять своего смысла, а лишь наименее важные подробности

Один абзац – одна уникальная мысль!

- Абзацы должны содержать законченные мысли, полный ответ на какой-либо вопрос. Мысли не должны повторяться в разных абзацах.

Текст должен быть понятен!

ЦИТАТА

Цитата – иллюстрирует!

- Цитата помогает в осмыслении значения новости, формировании правильного эмоционального восприятия новости. НЕ является источником точной информации и фактов, необходимых для понимания сути новости.

ЦИТАТА

Цитата интересна и значима

- Цитата содержит не заезженные, интересные мысли.

Цитата – живой текст!

- Цитата не должна содержать штампов, канцеляризмов и казенщины. Она представляет живую речь спикера. Передает его мысли.

ЦИТАТА

Цитата – логична!

- Все предложения цитаты четко увязаны, и вытекают одного из другого. В случае, если цитата содержит несколько относительно не связанных мыслей, это должно быть соответствующим образом оформлено подходящими выражениями-мостиками («с другой стороны...», «немаловажно и другое...», «кроме того...», «в то же время...» и т.д.), а также абзацами.

Как писать

- Сбор информации (составление вопросов – поиск ответов)
- Анализируем информацию (как её расположить, что важно, а что нет)
- Распределяем
- Формулируем
- Оформляем

Задание

16 января, 16:00

Воркшоп «Удобное хранение «Неудобных вещей»
(Юлия Фомичева, Пермь)

На воркшопе мы посмотрим как дизайн помогает в организации пространства повседневной деятельности. Используя гофрокартон создадим картонный органайзер.