

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«ПЕРВЫЙ МОСКОВСКИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС»

**Рекомендации к написанию текстов для раздела
«Новости» официального сайта 1-mok.mskobr.ru в
технике «перевёрнутой пирамиды»
(Учебно-практическое пособие)**

Москва 2016

УДК 070
ББК 73+76.01
А-23

Рекомендовано к изданию отделом по инновационной и проектной деятельности
Первого Московского Образовательного Комплекса

Составитель **К.И. Агеев**, администратор on-line издания 1-mok.mskobr.ru

Рецензенты:

Е.В. Максимова, кандидат педагогических наук.
Заслуженный учитель РФ. Почётный работник СПО;

Т.А. Сергеева, кандидат педагогических наук. Доцент. Почётный работник
профессионального образования. Член-корр. Академии профессионального образования

Агеев, К.И. Рекомендации к написанию текстов для раздела «Новости» официального сайта: учебно-практ. пособие / 1-mok.mskobr.ru в технике «перевернутой пирамиды»/ Сост. К.И. Агеев. – М.: ГБПОУ «1-й МОК», 2016. – 16с.

Сегодня навыки составления публичных отчётов, рефератов, новостей или рецензий необходимы практически всем управленцам и прогрессивным педагогам государственных образовательных организаций, подведомственных Департаменту образования города Москвы.

В предлагаемом пособии представлена методика составления аннотированной новостной информации с учётом синтаксических и лексических особенностей. Даны рекомендации по работе над ключевыми элементами структуры текста (заголовок, реферат, основная часть, заключение).

© Агеев К.И., 2016

© ГБПОУ «1-й МОК», 2016

Содержание

Предисловие.....	3
1. Работа с текстом в технике «перевернутой пирамиды».....	6
Заголовок.....	7
Лид. (Реферат или вводная часть).....	8
Основная (аналитическая) часть.....	10
Заключение.....	12
2. Примеры удачных пост-релизов (новостей) по типам прошедших мероприятий.....	14
Рекомендуемые информационные ресурсы.....	16

Предисловие

Новостная рубрика или новостная лента – фактически самый заметный раздел типового сайта любой образовательной организации. Зайдя на сайт, пользователь не всегда понимает актуальна ли на нём представленная информация, соответствует ли она действительности? И увидев обновлённую новостную ленту, сознаёт, что за сайтом следят, соответственно ему можно доверять. Однозначно недопустимо иметь на сайте раздел новости и не пополнять его должным образом. Тем самым у пользователя может возникнуть впечатление, что сайт заброшен, и им никто не занимается. Либо над ним работают «спустя рукава». Доверие падает.

А на самом деле многие учреждения сегодня активно публикуют на своих сайтах новости организации. При этом большинство, как правило, допускает одну и ту же ошибку, а вернее две. Первая заключается в том, что эти новости никто не читает, просто потому, что для широкой аудитории они не слишком интересны. Вторая ошибка заключается в том, что они имеют традиционную предсказуемую структуру с заранее известным выводом и преимуществом в конце. Т.е. даже если новость содержит полезную для читателя информацию, он эту информацию не получает, т.к. не дочитывает публикацию до конца.

Тем не менее, придерживаясь, простой общепринятой методики любую новость, написанную грамотно, можно сделать социально-значимой в глазах читателя и использовать её посыл не только в качестве эффектного отчёта, но и как вспомогательный инструмент контент-маркетинга [3].

Однако прежде чем приступать к написанию статьи всегда важно помнить, что многие ключевые сведения (цели, задачи, сроки, отв. лица) о произошедшем событии содержит первичная документация. Это может быть положение, приказ, распоряжение или какое-либо сопроводительное письмо. В какой-то мере процесс описания новости вполне справедливо можно

назвать рерайтингом или реферированием. Процесс выделения из первоисточника реферативных сведений и приведения их в тексте реферата изложены в ГОСТ 7.9-95 «Реферат и аннотация. Общие требования».

Процесс создания реферата можно подразделить на следующие этапы:

- 1) Ознакомительный, состоящий из предварительного общего ознакомления с первоисточником, чтения текста, работы со справочной и дополнительной литературой;
- 2) Аналитический, в ходе которого из текста первичного документа выделяются реферативные сведения;
- 3) Синтетический, состоящий из обобщения реферативных сведений и изложения их в тексте реферата;
- 4) Редакционный, в ходе которого текст реферата проверяется на соответствие предъявляемым к нему требованиям;
- 5) Оформительский, заключается во включении текста реферата в библиографическую запись [1, с. 366]. А при составлении новости-отчёта в конечный текст.

Соблюдение настоящих этапов станет залогом «правильного» подхода в работе над «правильной статьей». Вместе с тем стоит отметить, что «правильная» статья отличается от «неправильной», прежде всего, наличием стройной структуры. Формирует её так называемый **алгоритм «перевернутой пирамиды»** [4]. Отличительной чертой данного алгоритма является построение абзацев методом дедукции т.е. «от главного - общего к частному». Это значит, что читатель может прекратить чтение в любой момент, но основная мысль до него будет уже донесена.

1. Работа с текстом по алгоритму «перевернутой пирамиды»

Смысловая конструкция алгоритма



Структура текста «перевернутой пирамиды» состоит из 4-х частей: заголовок, вводная часть, основная часть, заключение. В свою очередь эти части и и соединяют взаимосвязанные абзацы.

1. **Заголовок** – один из ключевых элементов информационного сообщения. Вбирает в себя важнейшее рекламное обращение и аргумент выполняя главную информативную функцию, как-бы заставляя прочитать рекламный мессидж до конца.
2. **Лид** (другое принятое название - водная часть) содержит главную, основную мысль. «Самая соль» т.е. самая важная информация, которая необходима для контакта с аудиторией;
3. **Основная часть** содержит развёрнутую аналитическую информацию, полезную, но второстепенную.

4. Заключение, общие выводы. Если читатели дошли до этой части, значит, статья была действительно стоящей.

Рассмотрим каждую часть в отдельности.

1. Заголовок

Как корабль назван, так он и поплывет. Применительно к новости это значит, что правильно озаглавленный материал прочтут многие из тех, кому он предназначен, а плохо озаглавленный – нет. В этом смысле - основное назначение заголовка было и остаётся неизменным, т.е. – привлечение внимания потенциальной аудитории. Такой заголовок лаконично и убедительно раскрывает тему новости, посредством **связки** подлежащего, и сказуемого с другими дополнениями в прошедшем времени. При в большинстве случаев удачный информативный заголовок всегда будет содержать точные **ключевые слова**.

У заголовка две функции – информативная (сообщить, о чём текст) и контактная (привлечь к тексту внимание). Хороший заголовок – это обещание максимума из возможного. Если обещать меньшее, – мы не используем потенциал имеющийся в тексте информации, если большее то вводим читателя в заблуждение, обещая ему того, чего в тексте нет. [2, стр. 96].

Примеры удачных информативных заголовков с наличием ключевых слов:

1-й МОК подвёл первые итоги работы детско-юношеских кружков для обучающихся с ОВЗ;

Состоялась X-я Спартакиада по шашкам ЦОМО ФВ ДОгМ Конференция «Север»;

Факультет «Рекламы» принял участие в Фестивале КВН лиги СПО под названием «Мы начинаем КВН».

Несмотря на то, что употребление глагола в заголовках желательно, так называемые брендовые заголовки, не имеющие их, тоже имеют право на существование т.к. их звучание всё говорит само за себя.

Примеры удачных брендовых заголовков:

Видеозарисовки конкурса «Формула успеха 2015»

«Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения»

Итоги XVI-го Фестиваля «World Art Assembly International Кубок России по художественному творчеству»

The Ritz-Carlton Moscow: индустрия гостеприимства мирового класса

2. Лид или вводная часть

Одна из самых важных частей новости – **вводная**, содержащая ведущий - первый абзац, который параллельно является рефератом любой новости, в связи с чем также отображается в новостных лентах сайта и блога.

Главная сложность при написании лида – выбрать самое важное, самое цепляющее, привлекательное для целевой аудитории с учётом её запросов и отношения к теме. Плохой лид может «убить» текст, хороший же даёт шансы на прочтение хотя бы части материала [2, стр 63].

К тексту реферата предъявляются требования лаконичности, чёткости, убедительности формулировок, отсутствия второстепенной информации [1, с. 375].

Текст лида (реферата), как устанавливает ГОСТ, не должен содержать интерпретацию содержания документа, критические замечания и точку зрения автора реферата, а также информации, которой нет в исходном документе [1, с.374].

Составим синтаксическую конструкцию лида-абзаца по сл. пунктам:

1. лид должен раскрывать основную сущность новости, должен быть кратким (до 3-4 предложений – 300-500 знаков), конкретным и однозначным;
2. лид должен содержать самую значимую информацию с указанием даты, участников-факультетов, № групп и площадки проведения мероприятия;
3. имена собственные (фамилии, наименования работ, факультетов или организаций) в абзаце приводят на языке первоисточника. Например ГБПОУ «1-й МОК», факультет «Реклама»
4. абзац не должен иметь абстрактного начала;
5. абзац не должен содержать всех подробностей и деталей;
6. абзац не должен содержать сведений относящихся к персональным данным обучающихся, например ф.и.о.

Пример удачной связки заголовка и вводной части из новости «Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения» <http://blog.1-mok.ru/valentin-serov-150-let-so-dnya-rozdeniya/>

«Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения»



15 декабря в ходе учебной практики состоялась экскурсионная поездка студентов-дизайнеров факультета «Художественных ремёсел», группы №31ДГ, специальности «Дизайн» (по отраслям) на выставку картин Валентина Серова приуроченную к 150-летию со дня рождения известного русского живописца и портретиста. Уникальная выставка проходит в стенах Третьяковской галереи на Крымском Валу.

До сегодняшнего дня подобной крупной ретроспективы одного из самых значительных русских живописцев конца XIX – начала XX века в культурной жизни Москвы еще не было.

3. Основная (аналитическая) часть

Основной абзац статьи, идущий после заголовка, и реферата, предназначен для того, чтобы автору удалось наконец-то высказаться: т.е. раскрыть цели и задачи а также содержание мероприятия читателю. При этом важно как следует постараться, чтобы изложить информацию как можно более доходчиво, полно и интересно.

Читатель не должен быть разочарован из-за того, что потратил своё драгоценное время на прочтение всей статьи и не открыл для себя ничего полезного.

Объём текста определяется содержанием первоисточника и масштабом мероприятия (количеством сведений, их научной ценностью и/или практическим значением).

Средний объём текста основного абзаца 850-1000 печатных знаков.
Допускается использование таблиц, рисунков, схем или диаграмм, если они наглядно дополняют содержание пост-релиза.

Пример основной части из новости «*Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения*» <http://blog.1-mok.ru/valentin-serov-150-let-so-dnya-rozdeniya/>

Экспозиция выставки занимает три этажа нового здания Третьяковской галереи и включает 250 шедевров.

Работы из своих собраний для экспонирования предоставили 25 российских музеев, несколько зарубежных и отдельные частные коллекционеры.

Впервые публично были показаны три этапных работы Серова – Портрет Александра Третьего, хранящийся в Копенгагене и два женских портрета – из Национального музея Армении и парижского Орсе.

Другая особенность выставки – обрамлённый Серовым занавес для спектакля дягилевской труппы «Шехерезада» и Серов-график. Однако в центре экспозиции — хрестоматийно известные полотна – «Девочка с персиками», Портрет Иды Рубинштейн и многие другие.



Заключение

Выводы новости описывают предельно точно и информативно. При желании они могут сопровождаться оценками и гипотезами.

В конце заключения необходимо указать ответственных с указанием должностей.

Пример заключения из новости «Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения» <http://blog.1-mok.ru/valentin-serov-150-let-so-dnya-rozdeniya/>

Необыкновенные впечатления остались у студентов от посещения выставки. А многие даже признались, что смогли для себя по-новому открыть мир творений великого русского художника.

Экскурсия была организована в целях знакомства ребят с культурной жизнью Москвы, приобщения к историческому наследию России, а также для повышения профессионального и культурного уровня студентов.

Поездка состоялась в сопровождении преподавателей спец. дисциплин

ГБПОУ «1-й МОК» Л.В. Сулеймановой и Д.А.Бурмистрова.

Примеры удачных пост-релизов (новостей) по типам мероприятий:

- 1. Об участии в олимпиаде, конкурсе либо конкурсном фестивале:**
1-й МОК удостоен Гран-при XV-го Рождественского Фестиваля цифровых интерактивных инсталляций: <http://blog.1-mok.ru/1-mok-udostoen-gran-pri-xv-go-festivalya-cifrovjh-interaktivnjh-instalyaciy/>
- 2. Чемпионат, олимпиада или конкурс проходящий на базе Комплекса:** В 1-м МОК стартовал первый этап открытого чемпионата профессионального мастерства «Московские мастера» по стандартам World Skills Russia: <http://blog.1-mok.ru/v-1-m-mok-startoval-1-etap-otkrjtogo-chempionata-prof-masterstva-moskovskie-mastera-po-standartam-world-skills/>
- 3. Социальная акция городского или окружного значения:** В рамках акции «Алтарь Отечества» студенты почтили память о героических событиях 1612 г. <http://blog.1-mok.ru/1-mok-studentj-pochtii-pamyat-minina-i-pogarskogo/>
- 4. Гости Комплекса:** В гостях у 1-го МОК побывала группа студентов Московского колледжа управления, гостиничного бизнеса и ит «Царицино» <http://blog.1-mok.ru/v-gostyah-u-1-go-mok-pobjvali-studentj-kolledga-caricjno/>
- 5. Спортивные состязания:** 1-м МОК прошёл товарищеский турнир по шашкам <http://blog.1-mok.ru/tovaricheskiy-turnir-po-shashkam-2015/>
- 6. Поездка в театр, музей или на выставку:** «Валентин Серов. К 150-летию со дня рождения» <http://blog.1-mok.ru/valentin-serov-150-let-so-dnya-rogdeniya/>
- 7. Конференция, круглый стол, викторина или мастер-класс, проходящий на базе Комплекса:** «Сервис класса люкс»: городской

мастер-класс для студентов-менеджеров гостиничного сервиса
<http://blog.1-mok.ru/service-klassa-lux-2015/>

8. Выездное заседание, проходящее на базе социальных партнёров Комплекса (анкетирование, конференция, форум, семинар): Волонтеры Комплекса посетили Первый городской форум школьного добровольчества (волонтерства) <http://blog.1-mok.ru/pervij-gorodskoy-forum-shkolnogo-dobrovolchestva-2015/>
9. **Неделя ПЦК:** Неделя гостиницы «Ренессанс Монарх-Центр» в 1-м МОК (с 14 по 21 октября`2015г.) <http://blog.1-mok.ru/nedelya-gostinicj-renaissance-2015/>
10. **Презентация или защита проекта:** Детский сад словно сказка <http://blog.1-mok.ru/detskiy-sad-slovno-skazka/>
11. **Выпускной бал:** Выпускной факультета «Художественных ремёсел» состоялся! <http://blog.1-mok.ru/zimnij-vjpusknoy-fakulteta-hudogestvennih-remesel/>

Рекомендуемые информационные ресурсы:

1. Зупарова Л.Б. Аналитико-синтетическая переработка информации: учебник / Л.Б. Зупарова, Т.А. Зайцева; под. ред. Ю.Н. Столярова. – М.: «Издательство ФАИР», 2008. – 400 с. – (Специальный издательский проект для библиотек).
2. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учеб. пособие для студентов вузов / А.В. Колисниченко. – М. «Аспект Пресс», 2016. – 112 с.
3. Контент-маркетинг. Википедия. – Загл. с экрана <https://ru.wikipedia.org/wiki/Контент-маркетинг/>
4. Перевернутая пирамида. Сайт текст статьи. – Загл. с экрана <http://text-stati.ru/kopirajting/perevernutaya-piramida/>