Редполитика «ИнфоХит» от 03.12.24.

1. Основы языка

1.1. Через позиционирование и УТП

1.1.1. Кто мы

Наша миссия — помогать людям учиться и менять жизнь к лучшему.

Наша цель — мы создаем и развиваем платформу, на которой каждый может выбрать образовательную программу по интересующей теме и оценить преимущества обучения из любой точки мира.

Наша задача — собрать в одном месте все форматы образовательных онлайн-проектов, сопроводить их исчерпывающей информацией и отзывами.

1.1.2. Наши ценности

Мы верим в то, что благодаря онлайн-образованию каждый человек может развиваться, получать новые знания и навыки. И это не зависит от его возраста, достатка и места жительства.

1.2. Tone of voice (TOV)

1.2.1. Уверенный

Не используем вводные конструкции, которые заставляют сомневаться: *наверное, возможно, может быть.*

❌ Если хочется быстро получить новую профессию, наверное, лучше пойти на онлайн-курсы	✅ Онлайн-курсы обучают новой профессии за 6–12 месяцев
❌ Мы — лучший маркетплейс онлайн-образования в России	✅ «ИнфоХит» — в тройке лидеров российских образовательных маркетплейсов по итогам 2021 года

Не используем неопределенные слова: *какой-нибудь, несколько, своеобразный, кое-какой, некоторый.*

❌ Некоторые вещи на нашей платформе дадут вам дополнительные возможности	✅ У нас есть инструменты для продвижения партнеров: совместные рассылки, реклама на сайте и в наших соцсетях

1.2.2. Последовательный

Используем четкую логическую структуру в предложениях и тексте в целом. Делаем это с помощью списков и подзаголовков. Вычищаем воду и лирические отступления. Аргументируем факты, даем ссылки.

1.2.3. Надежный

Говорим с аудиторией прямо, не ходим вокруг да около и не показываем идеальный мир. **Говорим про сложности**, но подкрепляем позитивным результатом — для чего это все.

❌ Придется пожертвовать свободным временем	✅ Придется на время отложить встречи с друзьями и прогулки с семьей. Но это временно, потом знания окупятся

Если делаем громкие заявления — подтверждаем их цифрами. Особенно когда говорим про качество, результат, статистику зарплат и уровень жизни в стране.

❌ Многие россияне хотят сменить работу	✅ По данным опроса hh.ru более 50% россиян хотят сменить профессию
❌ Мамы в декрете подвержены высокому риску депрессии	✅ Риск послеродовой депрессии превышает 70%, особенно если у женщины первый ребенок. Такую статистику приводит ...

Приписываем действие конкретным людям, а не вещам и явлениям.

❌ Вам придет уведомление на почту	✅ Менеджер пришлет подробную информацию на почту

Превращаем безличное и неопределенно-личное в определенно-личное. Что-то произойдет не само — есть человек, который совершит действие.

❌ Вам дадут знания, которые нужны в	✅ Эксперт даст вам знания, которые

реальной жизни	повысят вашу стрессоустойчивость

1.2.4. Лаконичный

Если есть главная мысль — сразу сообщаем, а не подводим к ней тремя водянистыми предложениями. Стараемся вместить смысл в минимум слов, чтобы получилась полноценная, емкая мысль. Все лишнее — вырезаем. А вот эмоции и характер важно сохранить.

❌ Важно, чтобы преподаватель был опытный. Чтобы у него была большая практика. Без преподавателя-практика курс будет плохой	✅ Важно, чтобы преподаватели были практиками. Если у преподавателей нет реального опыта, они будут рассказывать сухую теорию, без примеров и историй

2. Базовая гигиена текста

2.1. Как обращаемся: на «ты» или на «вы»

Во всех текстах (рассылки, статьи в блоге, сайт) обращаемся на «вы».

2.2. Стиль — естественная устная речь

Мы общаемся с аудиторией тем же языком, что и говорим в повседневной жизни. Прочитай текст вслух. Если ничего не смущает, если каждое слово и словосочетание звучит естественно — контент в порядке.
Но не используем жаргон и просторечия: прикольно, на фиг, кайфовать...

2.3. Ключевые критерии речи

Используем:

✅ короткие предложения;

✅ абзацы не длиннее шести строк;

✅ разговорные, но не просторечные слова;

✅ вводные слова в умеренном количестве (*вообще, конечно, кстати* и др.);

✅ парцелляцию (разрыв большого предложения на два-три небольших);

✅ ироничные сравнения, метафоры.

Не используем:

❌ длинные сложноподчиненные предложения и конструкции;

❌ отглагольные существительные (*прохождение* вводного урока);

❌ пассивный залог, безличные глаголы;

❌ причастия и причастные обороты, деепричастия и деепричастные обороты;

❌ информагентские (*также, сообщил, подчеркнул);*

❌ эмоциональную пунктуацию, обилие восклицательных знаков (*!!!*).

2.4. Слова

2.4.1. Не используем слова, которые ничего не значат

Неопределенные. Слова без значения (своеобразный, некоторый, какой-нибудь, несколько) и слова со слишком широким значением.

❌ Вы можете выбрать какой-нибудь курс	✅ Выберите курс, который вам понравится/отвечает вашим целям

Неопределенные слова заменяем конкретными цифрами и фактами, если они есть. Если нет, то перефразируем предложение или совсем его убираем.

Вводные. Они не нужны, потому что называют то, что вы делаете в этот момент. Если хотите сказать — просто говорите, если хотите предложить — просто предлагайте.

❌ Умение писать без ошибок, пожалуй, главное качество любого редактора	✅ Одно из главных качеств редактора — грамотность
❌ Конечно, в юношестве учиться проще	✅ Учиться в юношестве проще

Обходительные. Слова вроде «предлагаем вам», «напоминаем вам», «хотим рассказать», «информируем». Информируйте, предлагайте и напоминайте сразу, пишите конкретно.

❌ Хотим попросить вас заполнить эту форму	✅ Заполните эту форму

❌ Предлагаем вам пройти по ссылке	✅ Пройдите по ссылке
❌ Напоминаем, что вы всегда можете позвонить нашему менеджеру	✅ Наш менеджер готов ответить на все ваши вопросы в рабочее время с 9:00 до 18:00 по мск.

☝️ Слово «напоминаем» уместно только в случае, когда мы действительно напоминаем человеку, чтобы он не забыл что-то важное.

Что еще заменяем:

❌ Заявил, подчеркнул, добавил, поделился	✅ Сказал, рассказал
❌ Затем	✅ Потом
❌ А также	✅ А еще
❌ Более, менее, далее	✅ Больше, меньше, дальше

Пустые глаголы-связки. Не пишем «есть» (если только речь не о еде), «являться» (является только Господь к народу) и другие пустые глаголы-связки.

2.4.2. Не используем штампы и канцелярит, официально-казенные слова

Если хочется добавить эмоций, привлечь внимание читателя, штампы точно не подойдут.

❌ Не используем:

- больная тема,
- вздрагивать от каждого шороха,
- подготовить почву,
- в дальнейшем следовать,
- каверзный вопрос,
- предлагаемая вашему вниманию,
- ни для кого не секрет,
- характерная черта,
- единственный в своем роде,
- ничто так не,
- великий и могучий,
- как грибы после дождя,
- повальное увлечение,
- взрывной рост,
- именно сейчас не будем забывать,
- даже старожилы не помнят,

- растет как на дрожжах,
- как гром среди ясного неба,
- по праву считаются,
- с виду обычный,
- каждый из нас,
- в повседневной жизни,
- справедливости ради,
- жизнь бьет ключом,
- все цвета радуги,
- ломать голову,
- одержать победу,
- не за горами,
- команда единомышленников,
- во всех начинаниях,
- на каждом шагу,
- в ближайшем будущем,
- то и дело,
- каждый второй,
- сойти на нет,
- волшебным образом,
- как горячие пирожки,
- как белка в колесе,
- семимильными шагами,
- нешуточные страсти,
- аномальная жара,
- беспрецедентный случай,
- вывести на чистую воду,
- подливать масла в огонь,
- черным по белому.

Вместо оценочных суждений пишем о фактах. Если фактов нет, то меняем предложение — доказательств нет.

Канцелярит — сложные конструкции. Забирают у читателя много времени и выстраивают между ним и текстом дистанцию. А еще канцеляритом пишут, когда не хватает вводных или чтобы замолчать неприятные факты.

❌ Не используем:

- по причине,
- в продолжение,
- вследствие,
- при наличии,
- при отсутствии,
- за неимением,
- в целях,
- во избежание,

- по истечении,
- в случае,
- в то время как,
- в соответствии с,
- в силу,
- в части,
- по линии,
- на основании,
- в порядке.

2.4.3. Не используем отглагольные существительные

Отглагольное существительное — это глагол без действия. В тексте с отглагольными не хватает энергии и движения. Такое существительное легко заменить глаголом и сократить текст.

❌ Повысьте шансы успешного прохождения собеседования	✅ Подготовьтесь к интервью на английском
❌ Обязательность прохождения курсов не переубедит их	✅ Даже если сделать занятия обязательными, сотрудники все равно пропустят уроки

2.4.4. Избегаем речевой избыточности

❌ Заполните пробелы в знаниях, которые у вас есть	✅ Заполните пробелы в знаниях с помощью курса

Нельзя заполнить пробелы, которых нет. Избавляемся от уточнений, которые не несут никакого дополнительного смысла.

2.4.5. Не используем сленг

Наша ЦА может не владеть молодежным сленгом, и не знать сленга, который относится к сфере работы автора. Заменяем сленг и англицизмы на нейтральные слова.

2.4.6. Не используем букву ё

Исключение — имена и фамилии авторов (например, Артём Звёздин).

2.4.7 Как писать слово «ТОП»

Слово «ТОП» пишем только большими буквами.

Если за словом следует цифра, пишем через дефис БЕЗ пробелов: *«Расскажем про ТОП-10 лучших курсов», «ТОП-5 курсов по копирайтингу»*.

2.5. Фразы

2.5.1. Не используем страдательный залог

Если в предложении есть субъект, который совершает действие, и его легко представить, — заменяем страдательный залог на действительный (активный).

❌ Все экзамены сданы	✅ Студенты сдали все экзамены
❌ В конце курса выдаются сертификаты	✅ В конце курса вы получите сертификат

2.5.2. Не нанизываем слова в косвенных падежах

❌ Примите участие в исследовании отношения инженеров к дополнительному образованию	✅ Мы выясняем, как инженеры относятся к дополнительному образованию. Поделитесь своим мнением
❌ Мы занимаемся продвижением лучших авторов и школ для повышения их узнаваемости	✅ Мы продвигаем лучших авторов и школы, повышаем их узнаваемость

2.6. Предложения

2.6.1. Упрощаем

Одно предложение — одна мысль.

❌ На нашем портале вы найдете сотни курсов по различным направлениям, мастер-классы от экспертов, а еще видео-уроки по отдельным темам	✅ На портале собраны сотни курсов по различным направлениям. Авторы размещают их в формате мастер-классов или видео-лекций

2.6.2. Не используем сложноподчиненные, причастные и деепричастные обороты

❌ Перейдите на страницу автора,	✅ Кликайте на фото автора и

кликнув на его фото	переходите на его страницу

2.6.3. Выносим пользу вперед

❌ Зарегистрируйтесь на вебинар и узнайте, как сменить профессию после тридцати	✅ Узнайте, как сменить профессию после тридцати, на бесплатном вебинаре

2.6.4. Не используем многоточия

❌ Студенты часто не хотят учиться...	✅ Часто студенты не хотят учиться.

2.6.5. Не используем оценочные слова без доказательств

Показываем, а не рассказываем.

❌ Если вы не получаете новые знания — у вас нет перспектив.	✅ На «ИнфоХит» есть курсы по разным направлениям: IT-профессии, маркетинг, личностное развитие. Выбирайте то, что позволит вам достичь цели и развивайтесь!

2.6.6. Не манипулируем срочностью и дефицитом

❌ Единственная возможность принять участие в мастер-классе уникального специалиста!	✅ В эту субботу, 3 марта, пройдет мастер-класс Ивана Иванова, специалиста по ...

3. Оформление текста

3.1. Орфография

3.1.1. Компании, сервисы, соцсети

Некоторые названия обозначают одновременно и компанию, и сервис. В этом случае написание зависит от смысла.

«Facebook купил Instagram», **но** *«Я выложу эту фотографию в фейсбук и инстаграм».*

Название нашей компании пишем только так:

«ИнфоХит» это слово мужского рода. «ИнфоХит» открыл/представил.

В email-рассылках и постах в соцсетях допустимо использовать название ИнфоХит без кавычек.

ИнфоХит.Студия — пишем через точку без кавычек.

Названия иностранных компаний пишем на английском языке с большой буквы, без кавычек и наращиваний. Большие буквы в середине — как в оригинале:

- Facebook, глава Facebook, работала в Facebook;
- Twitter, глава Twitter, работала в Twitter;
- LinkedIn, глава LinkedIn, работала в LinkedIn;
- Starbucks, глава Starbucks, работала в Starbucks;
- Apple, глава Apple, работала в Apple;
- Telegram, глава Telegram, работала в Telegram.

Названия компаний на русском пишем с большой буквы и в кавычках. Даже если сама компания настаивает на написании без кавычек. Делаем так, чтобы не путаться:

- «Яндекс»,
- «Сбер»,
- «Тинькофф».

Если название смешанное (хотя бы одно слово написано по-русски), пишем в кавычках и склоняем:

- «Like Центр», глава «Like Центра», работала в «Like Центре».

Составные русские названия пишем в кавычках и склоняем:

- «СберМаркет», работал в «СберМаркете»;
- «Яндекс.Дзен», написал в «Яндекс.Дзене»;
- «Тинькофф Инвестиции», заработал на «Тинькофф Инвестициях».

Нерусскоязычные **аббревиатуры** пишем на языке оригинала (GQ).

Если есть родовое понятие (*компания, программа, социальная сеть*), название тоже пишем на английском языке и без кавычек:

- социальная сеть Facebook, в социальной сети Facebook;

- корпорация Google, в корпорации Google;
- программа Photoshop, в программе Photoshop;
- компания Apple, в компании Apple;
- журнал GQ, в журнале GQ.

Пишем названия соцсетей, сервисов и мессенджеров по-русски и склоняем, если они используются как в разговорной речи:

- фейсбук, в фейсбуке, в фб;
- ВКонтакте, во ВКонтакте (группа во ВКонтакте), в вк;
- инстаграм, в инстаграме, в иг;
- твиттер, в твиттере, в тви;
- ютуб, на ютубе;
- телеграм, в телеграме (*с одной «м»*), в тг;
- ватсап, в ватсапе (*с одной «п»*);
- вайбер, в вайбере;
- тикток, в тиктоке;
- имейл, на имейле, в имейл-курсе (*если нет возможности написать транслитом или заменить на слова «почта» или «рассылка», то email, и только так*);
- написать в гугл-доке;
- сделать таблицу в икселе;
- забронировать на букинге;
- отредактировать в фотошопе;
- искать на хедхантере;
- игры на андроиде, программы для андроида;
- программы для айфона.

Слово **Интернет** во всех значениях пишем с большой буквы. По аналогии пишем и синонимы — Всемирная сеть, Всемирная паутина, Сеть.

Первая часть сложных слов **интернет-** пишется с маленькой буквы и через дефис. Например, интернет-сайт, интернет-пользователь, интернет-ресурс.

3.1.2. Аббревиатуры

В заголовках, в начале предложения и в тексте аббревиатуры SMM, SEO, PR, HR, FAQ — пишутся большими буквами.

❌ Smm-менеджер — это	✅ SMM-менеджер — это…
❌ В этом поможет Seo-оптимизация	✅ В этом поможет SEO-оптимизация

3.2. Пунктуация

3.2.1. Не ставим точку после заголовков / лаконичных тезисов

Зато ставим точку в конце любого полноценного предложения.

3.2.2. Не ставим точку после темы письма

А еще после цитат, выносов, фактоидов, таблиц, подписей иллюстраций и примеров в колонках.

3.2.3. Никогда не ставим точку после и перед эмодзи. А вопросительные и восклицательные знаки ставим

После эмодзи в конце предложения точку не ставим. Перед эмодзи ставим пробел.

❌ Ваш подарок к Дню знаний ✌	✅ Ваш подарок к Дню знаний ✌

Если нужен вопросительный или восклицательный знак — ставим эмодзи после.

❌ Достаточно четырех недель 🎯!	✅ Достаточно четырех недель! 🎯

В середине предложения эмодзи не ставим. Исключение — тексты постов и сторис типа «Ставьте [эмодзи], если...».

3.2.4. Не злоупотребляем восклицательным знаком

Он дает сильную эмоциональную окраску и визуальный акцент. Не больше одного восклицательного знака на абзац — и его использование должно быть оправдано целью. Если можно не ставить — не ставим.

3.2.5. Используем кавычки-елочки: «»

Если нужны кавычки внутри кавычек, используем кавычки-лапки как внутренние: **«„ “»**. Для этого удобно использовать типографскую раскладку Бирмана. Установите расширение и сохраните картинку.

3.2.6. Ставим длинные тире между словами

Не путаем с дефисом, средним тире и математическим знаком минуса.

Все они разные: — – - − .

Запомните и не путайте:

Тире	Тип	Когда используется	Примеры
—	Длинное тире	Между частями сложного предложения	Делу время — потехе час. Нет пользы — нет статьи.
–	Короткое тире	Между интервалами дат и чисел	Ожидаем рост прибыли в 4–5 раз.
-	Дефис	Между частями слова	Красно-желтый, по-прежнему.
−	Минус	В математических выражениях	8 − 5 = 3 13 − 2 = 11

3.2.7. Используем только правый слеш: /

Но почти всегда его можно заменить на «и» или «или» — так и делаем.

❌ Как вернуть/поддержать мотивацию в учебе	✅ Как вернуть и (или) поддержать мотивацию в учебе

Можно ставить, когда это стоимость курса — **₽/месяц**

3.2.8. Обозначаем валюту знаками

Мы не используем слова «рубль», «рублей», сокращение «руб.» и прочее. Для этого есть красивый знак ₽. Аналогично с долларом — $ и евро — €.

❌ 5 тысяч рублей ❌ 5 тысяч руб. ❌ 5 тыс. руб.	✅ 5000 ₽

3.2.9. Правильно отбиваем знаки и цифры

У чисел отбиваем разряды неразрывным пробелом, начиная с пятизначных.

Не отбиваем разряды запятой.

❌ 5 000	✅ 5000
❌ 10000 ❌ 10,000	✅ 10 000
❌ 35000	✅ 35 000

Отбиваем от числа неразрывным пробелом (это значит, что вся конструкция должна остаться на одной строке и не перепрыгивать частично на другую):

- знак рубля (₽) — 100 000 ₽;
- знак евро (€) — 100 €;
- месяц/год, когда пишем даты, — 10 января, 2022 год;
- арифметические знаки в примерах и формулах — (2 + 2 = 4);
- знак номера (N°) — N° 100;
- знак параграфа (§) — § 100;
- знак градуса (°C), сам знак пишем без пробела — 5 °C.

Не отбиваем от числа:

- знак процента (%) — 100%;
- знак доллара ($) — $100;
- минус перед числом — −15 (число отрицательное).

Знак тире (—) должен оставаться в конце строки, поэтому неразрывным пробелом привязываем его к предыдущему слову.

❌ Инженер по тестированию — специалист, который ищет ошибки на сайтах и в приложениях	✅ Инженер по тестированию — специалист, который ищет ошибки на сайтах и в приложениях

Висячие предлоги/союзы/частицы по возможности переносим на следующую строку.

Числовые интервалы пишем полностью, с разрядом и знаком ₽, через длинное тире с пробелами. Знак ₽ пишем и после 1, и после 2 цифры.

❌ 30–40 000 ₽	✅ 30 000 ₽ — 40 000 ₽

3.3. Спецлексика, сокращения, списки, цитирования, ссылки

3.3.1. Спецлексика и сокращения

Спецлексика и сокращения отнимают время. Из-за обилия терминов и сокращений читателю сложно воспринимать информацию, он перечитывает некоторые предложения по три раза, потом начинает переспрашивать. И автор сообщения, и читатель тратят лишнее время.

Сокращения расшифровываем, спецлексику заменяем на простые слова.

Например: ОС = обратная связь, ЛК = личный кабинет, СТА = призыв к действию, ЦА = целевая аудитория и т. д.

Сокращать можно то, что понятно всем (*млн, тыс., км, сек., г., кол-во, соцсеть, главред*).

3.3.2. Списки

Подробнее — в рассылке Мильчина.

Главное:

- Лучший вариант — поставить одно обобщающее слово в начале списка и не повторять его в каждом пункте.
- Не оставляем висячий предлог, добавляем его только в первый пункт.
- Элементы списка согласовываем друг с другом.

3.3.2.1. Знаки в списках

Ставим в списках правильные знаки препинания:

- **запятую**, если пункты состоят из одного слова и внутри нет знаков препинания;
- **точку с запятой**, если пункты состоят из нескольких слов и внутри есть знаки препинания (*как в этом списке*);
- **точку,** если пункты состоят из нескольких предложений; пункты состоят из одного предложения, но начинаются с прописной буквы и цифры с точкой; пункт последний.

3.3.3. Цитирования

Цитируем логически законченный фрагмент. Не обрываем цитату, если в сокращенном виде она меняет смысл.

Что еще проверяем:

1. Уместна ли цитата. Не подтверждаем свою мысль цитатой, которая ей противоречит.
2. Совпадает ли сказанное в цитате со временем, к которому она приводится. Не приводим в качестве довода к современному положению дел слова, которые сказаны сто лет назад.
3. Совпадает ли смысл цитаты с выводами, которые мы делаем на ее основе.

Главное правило оформления цитат: читатель должен понимать, где она начинается и заканчивается.

Про корректное оформление цитат и знаки препинания — в рассылке Мильчина.

3.3.4. Ссылки

Придерживайтесь правил:

- предлоги и союзы входят в ссылку;
- скобки, запятые и точки не входят в ссылку, а кавычки входят;
- ссылка читается как самостоятельная фраза или предложение;
- из текста ссылки понятно, куда она ведет.

❌ Посмотрите правила тут	✅ Правила ссылок смотрите в редполитике
❌ Посмотрите правила в редполитике	✅ Посмотрите правила в редполитике
❌ Откройте документ «Редполитика»	✅ Откройте документ «Редполитика»

3.4. Цифры

3.4.1. Буквы, а не цифры

Иногда числа лучше писать буквами.

Однозначные числа. Это облегчает и ускоряет чтение:

❌ Я прошел 2 курса	✅ Я прошел два курса

Если число стоит в косвенном падеже. Когда число написано цифрами, читатель мысленно произносит цифру в именительном падеже и только потом понимает, что падеж другой. Это ведет к ненужной остановке, замедляет чтение. Мы облегчаем понимание, поэтому:

❌ В этих 20 уроках… (*читается как «В этих двадцать уроков…»*)	✅ В этих двадцати уроках — вся необходимая база

Если предложение начинается с числа:

❌ 2 сентября я выхожу…	✅ Второго сентября я выхожу на работу

Когда два числа стоят рядом:

❌ 3 2-дневных интенсива	✅ Три двухдневных интенсива

3.4.2. Числительные

Точные числа. Если важно точное число (например, на лендинге), пишем цифрами: *будете зарабатывать от 70 000 ₽*, *всего 5 уроков*. То же — в заголовках статей:

7 способов победить прокрастинацию.

Масштаб. Если важно показать масштаб, числа от 1 до 9 и «тысячи», «миллионы» и т. д., пишем словами: *пять профессий*, *больше семи тысяч учителей*, *130 тысяч учеников*.

Наращение. Наращиваем только **порядковые числительные** (*отвечают на вопрос **«какой?»***). Не наращиваем количественные числительные (*отвечают на вопрос «сколько?»*).

Не наращиваем года, если есть слово «год».

❌ до 10-ти часов в неделю, 10-ый	✅ до 10 часов в неделю, 10-й
❌ в 2021-м году	✅ в 2021 году
❌ в 2021 мы запустили X онлайн-школ	✅ в 2021-м мы запустили X онлайн-школ

Если период — десятилетия, пишем прописью: *восьмидесятые годы, девяностые, нулевые*. Если десятые или двадцатые — указать век: *десятые годы XX века*.

Наращенные проценты (20%-ный, 20%-й, 20-процентный) выглядят не очень. Поэтому мы проценты не наращиваем и пишем их всегда в именительном падеже.

Исключение: подписи к таблицам и диаграммам в методических текстах. Там — 20%-ный.

3.4.3. Даты, время, века, периоды и люди

Все виды некалендарных лет, когда год начинается в одном календарном году, а заканчивается в другом, пишем через косую черту: *в 2021/22 году*.

Время. Между часами, минутами и секундами ставим двоеточие: *в 22:45*.

Всегда указываем, что время московское, если это относится к мероприятию: *22:45 мск*.

Если время меньше 10:00, в начале ставим ноль:

❌ Вебинар начнется в 8:00 мск	✅ Вебинар начнется в 08:00 мск

Даты. 23.09.2021 или 23 сентября 2021 года. Если число меньше десяти, ставим ноль: *01.09.2021 или 1 сентября 2021 года*.

Периоды. Если указываем точный период, то пишем две цифры через **короткое тире**: *в 2020–2021 гг.*, *в 2020–2021 годах*.

Века. Пишем только римскими цифрами (*XX век, XXI век*).

Люди. Никогда не пишем людей дробями, округляем в бóльшую сторону: *на место претендуют три человека* (а не «на место претендуют 2,5 человека»).

Подробнее про цифры в целом — у Мильчина.

3.5. Иллюстрации

Иллюстрация — самый заметный объект в статье и притягивает взгляд сильнее заголовка. Иллюстрация — это все, что помогает усвоить суть текста.

Она формирует первое впечатление читателя. Хорошие картинки вытянут даже слабую статью — слабые испортят даже отличную.

3.5.1. Функции картинок

1. **Разбить текст** — дать читателю передохнуть в длинной и сложной статье, сохранить его внимание.
2. **Привлечь внимание** — убедить читателя, что статью стоит прочитать, не дать ему пройти мимо.
3. **Обогатить смысл** — помочь читателю понять материал, дать ему информацию, которой в статье нет.

3.5.2. Поиск картинок

Подобрать иллюстрации — задача автора. Помочь и направить — редактора. Не бойтесь предложить «фигню». Любая идея обкатывается много раз, прежде чем попасть к аудитории.

Если есть силы и вдохновение, рисуйте картинки сами. В таких иллюстрациях качество второстепенно — важны стиль и дух. Смысл можно передать простыми формами.

3.5.3. Где искать иллюстрации

Если не знаете, какую подобрать иллюстрацию, поищите референсы на след. стоках

- https://www.pexels.com/ru-ru/
- https://pixabay.com/ru/
- https://unsplash.com/

Приложите к статье ссылку на саму фотографию или на папку с подобранными к статье иллюстрациями.