

Оформление текста.

Инструкция Дела

Инструкция для редакторов и авторов [Дела Модульбанка](#). Составила Наталья Болдырева, худрук — Л. Сарычева.

Это правила оформления текста в Деле Модульбанка. Они помогут управлять вниманием читателя: привлечь к интересным моментам статьи, удерживать и направлять.

Мы описали основные принципы и элементы, которые используем в оформлении текста. Всё это объединяет осознанность: мы не делаем оформление ради оформления, а думаем, какую задачу решаем и к чему стремимся.

[Принципы](#)

[Примеры](#)

[Списки](#)

[Полужирный текст](#)

[Цитаты](#)

[Маркеры](#)

[Подписи к иллюстрациям](#)

[Скриншоты](#)

[Подзаголовки и картинки](#)

[Подверстка](#)

[Ссылки](#)

[Банковская форма](#)

[Шаги и фактоиды](#)

1. Принципы

В оформлении текста руководствуемся тремя принципами: контрастностью, самодостаточностью, умеренностью.

Контрастность. Статья не должна выглядеть как простыня текста, в ней нужны элементы, которые привлекают читателя. Так мы управляем его вниманием — призываем прочитать отдельные части статьи, даже если он не прочитает ее целиком.

Мы добиваемся контрастности с помощью:

заголовков и подзаголовков;

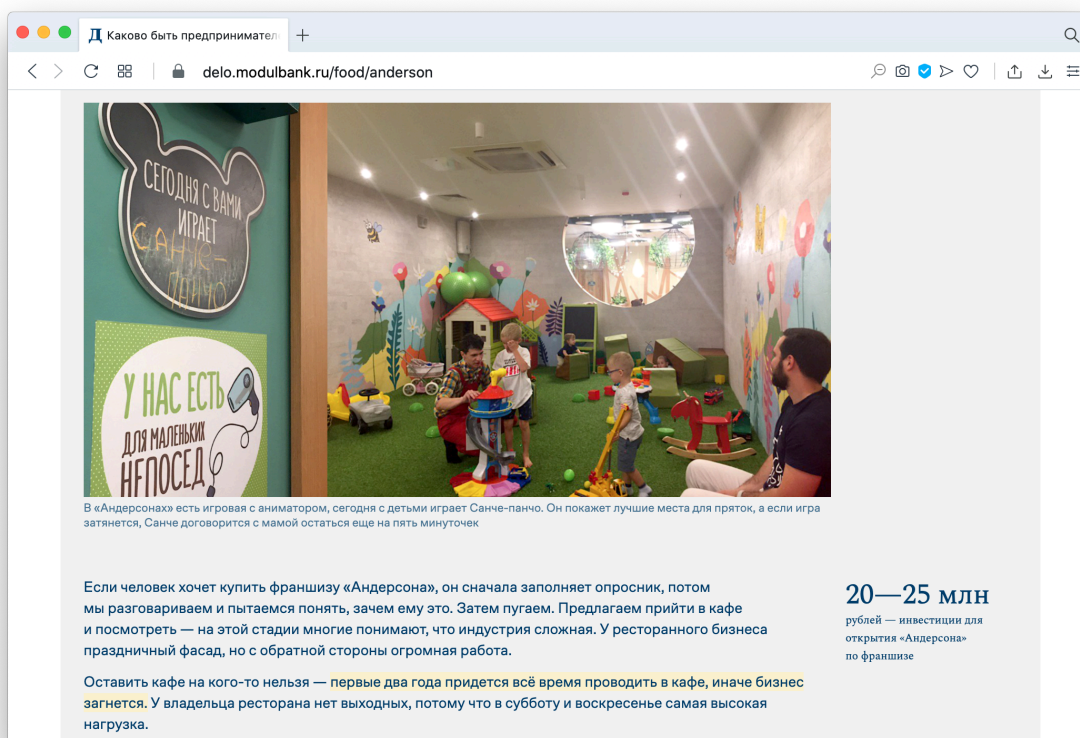
иллюстраций;

ссылок на полях;

маркеров и подверстки;

цитат.

Бывают статьи, в которых нет подзаголовков, маркеров и цитат, но они настолько удерживают внимание, что читатель не может оторваться. Если вы пишете такие статьи, можете использовать контрастность по минимуму.



Каково быть предпринимателем

delo.modulbank.ru/food/anderson

СЕГОДНЯ С ВАМИ ИГРАЕТ САНЧЕ-ПАНЧО

У НАС ЕСТЬ ДЛЯ МАЛЕНЬКИХ НЕПОСЕД

В «Андерсонах» есть игровая с аниматором, сегодня с детьми играет Санче-панчо. Он покажет лучшие места для прятков, а если игра затянется, Санче договорится с мамой остаться еще на пять минуток

Если человек хочет купить франшизу «Андерсона», он сначала заполняет опросник, потом мы разговариваем и пытаемся понять, зачем ему это. Затем пугаем. Предлагаем прийти в кафе и посмотреть — на этой стадии многие понимают, что индустрия сложная. У ресторанного бизнеса праздничный фасад, но с обратной стороны огромная работа.

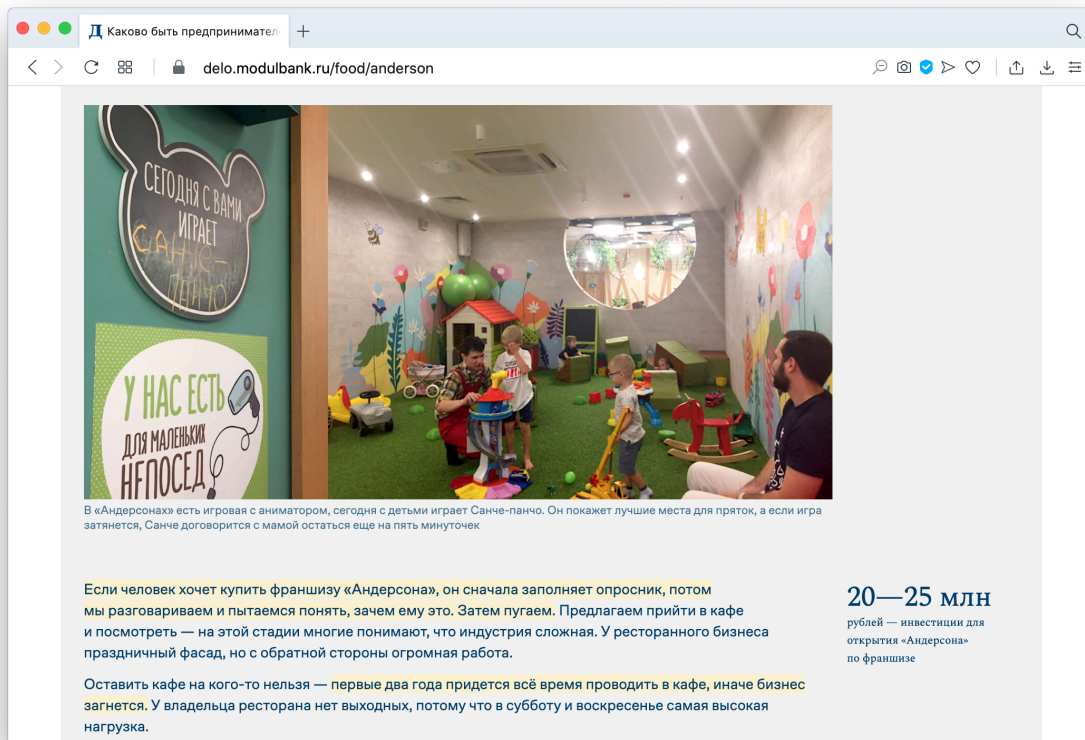
Оставить кафе на кого-то нельзя — первые два года придется всё время проводить в кафе, иначе бизнес заглохнет. У владельца ресторана нет выходных, потому что в субботу и воскресенье самая высокая нагрузка.

20—25 млн
рублей — инвестиции для открытия «Андерсона» по франшизе

Это момент из интервью с Анастасией Татуловой. Здесь выдержана контрастность: есть иллюстрация, маркер и фактоид на полях

Умеренность. Контрастность связана с принципом умеренности — элементы в тексте не должны спорить между собой и создавать слишком сильный контраст. Так читатель не разрывается между элементами, они не отвлекают его внимание от важного.

Умеренность проявляется сначала отдельно в главах, затем в статье полностью. Можно поставить в главу одну царскую ссылку, и это будет правильно, а затем поставить царские ссылки в остальные главы — в итоге их станет слишком много, принцип нарушится.



Каково быть предпринимателем | delo.modulbank.ru/food/anderson

СЕГОДНЯ С ВАМИ ИГРАЕТ САНЧЕ-ПАЧКО

У НАС ЕСТЬ ДЛЯ МАЛЕНЬКИХ НЕПОСЕД

В «Андерсонах» есть игровая с аниматором, сегодня с детьми играет Санче-пачко. Он покажет лучшие места для прятков, а если игра затянется, Санче договорится с мамой остаться еще на пять минуточек

Если человек хочет купить франшизу «Андерсона», он сначала заполняет опросник, потом мы разговариваем и пытаемся понять, зачем ему это. Затем пугаем. Предлагаем прийти в кафе и посмотреть — на этой стадии многие понимают, что индустрия сложная. У ресторанный бизнес праздничный фасад, но с обратной стороны огромная работа.

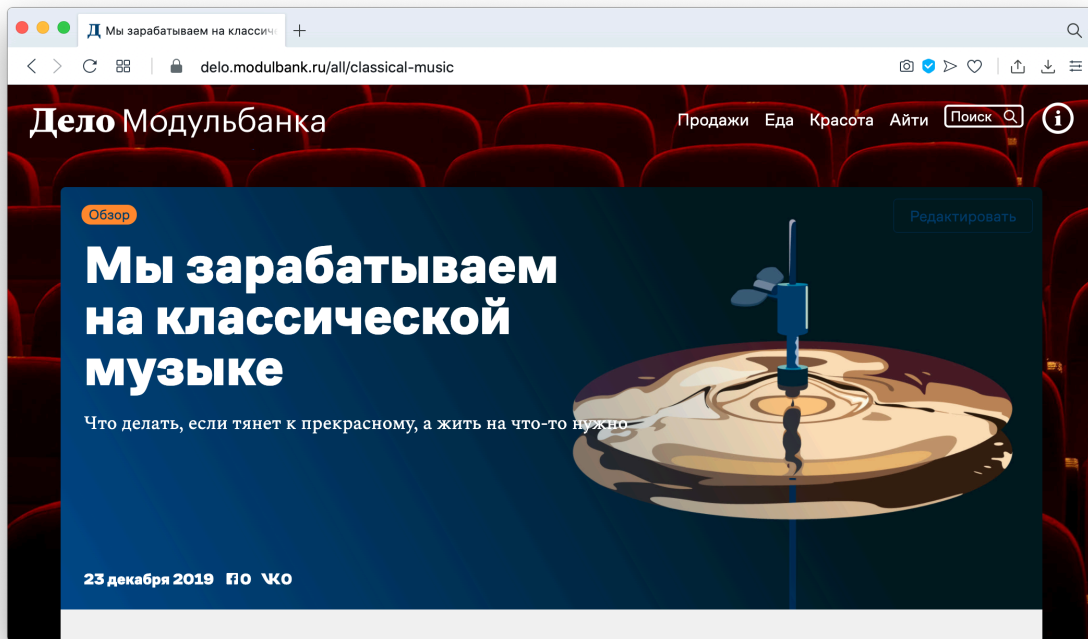
Оставить кафе на кого-то нельзя — первые два года придется всё время проводить в кафе, иначе бизнес загниет. У владельца ресторана нет выходных, потому что в субботу и воскресенье самая высокая нагрузка.

20—25 млн
рублей — инвестиции для открытия «Андерсона» по франшизе

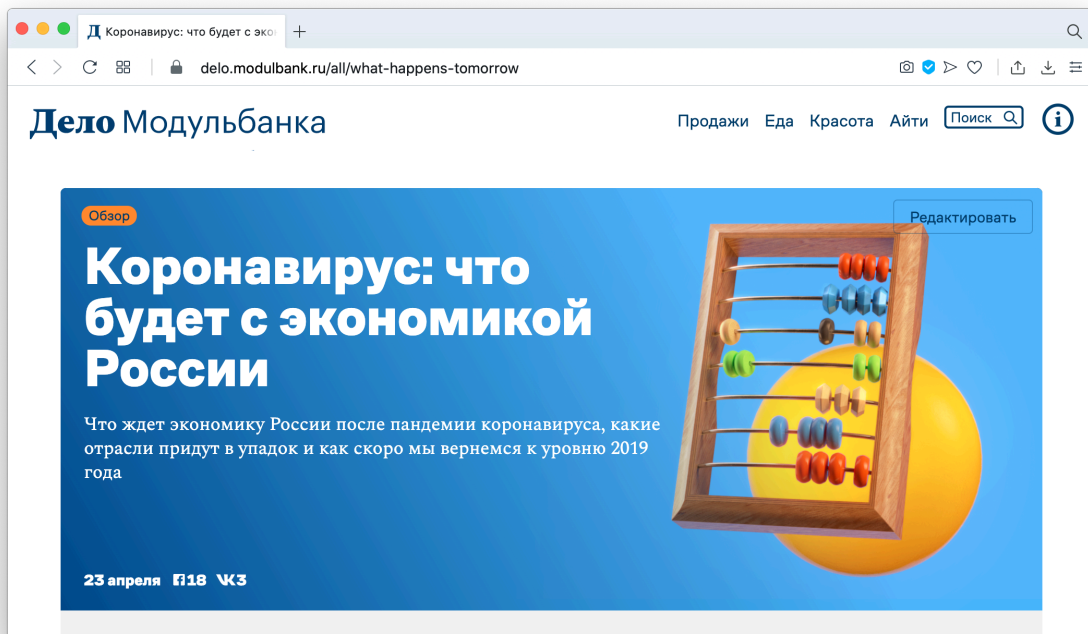
Здесь всё тот же момент из интервью с Анастасией Татуловой, но с нарушением принципа умеренности

Самодостаточность. Каждый элемент в статье должен быть самодостаточным — считываться сам по себе, без текста и других деталей. Под элементом мы понимаем что угодно: маркер, подзаголовок, ссылку, таблицу.

Читатель может открыть статью с конца, с середины, посмотреть только иллюстрации или кликнуть на ссылки — в любом случае он должен понимать, о чем речь. Каждый элемент помогает читателю понять суть статьи: даже если он не прочитает ее целиком, всё равно получит какую-то информацию.



У этой статьи несамодостаточная аннотация. Если убрать заголовок и иллюстрацию, по аннотации будет сложно понять, о чём текст (от редакции: статья не вышла, оказалось, что герои преследовали меркантильный интерес, а самое интересное для читателей утаили)



Вот здесь всё хорошо: аннотация помогает понять, о чем статья, но не перегружает читателя деталями

2. Примеры

Примеры в тексте оформляем с помощью отступа. При этом мы соблюдаем принцип самодостаточности: примеры должны быть самостоятельными элементами и не разбиваться на части. Нельзя начать пример в тексте, а продолжить с отступом.

Нет

Если суд выявит, что ИП брал на себя невыполнимые обязательства, он не спишет долги. **Представим: предприниматель взял кредит на покупку автомобилей для продажи.**

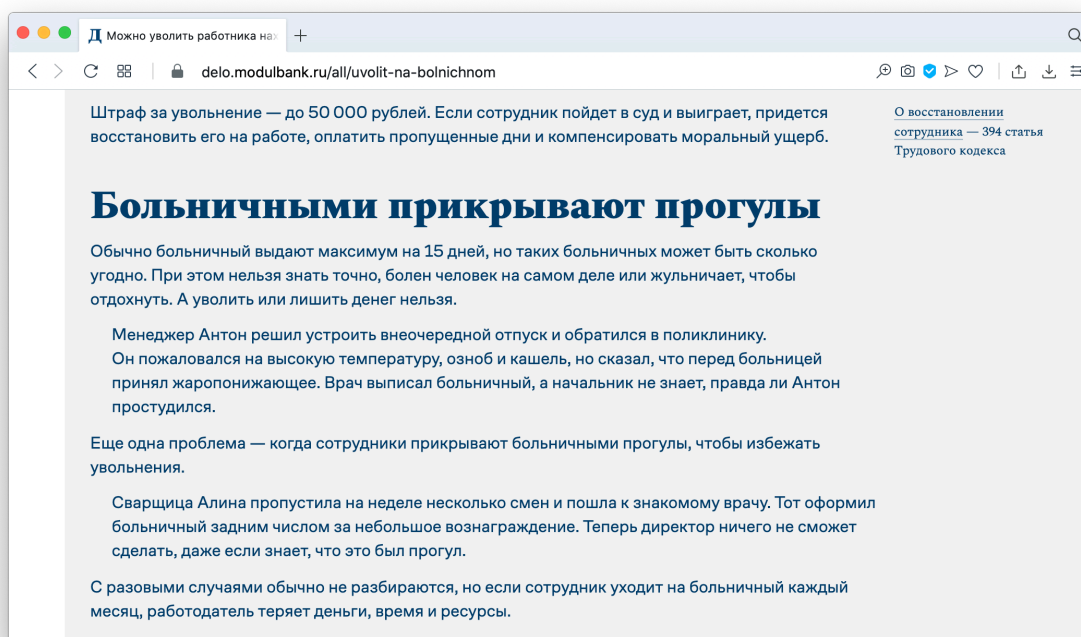
Ежемесячный платеж этого предпринимателя — 20 000 рублей, и он об этом знает.

Да

Если суд выявит, что ИП брал на себя невыполнимые обязательства, он не спишет долги.

Предприниматель взял кредит на покупку автомобилей для продажи. Его ежемесячный платеж по кредиту — 20 000 рублей, и он об этом знает.

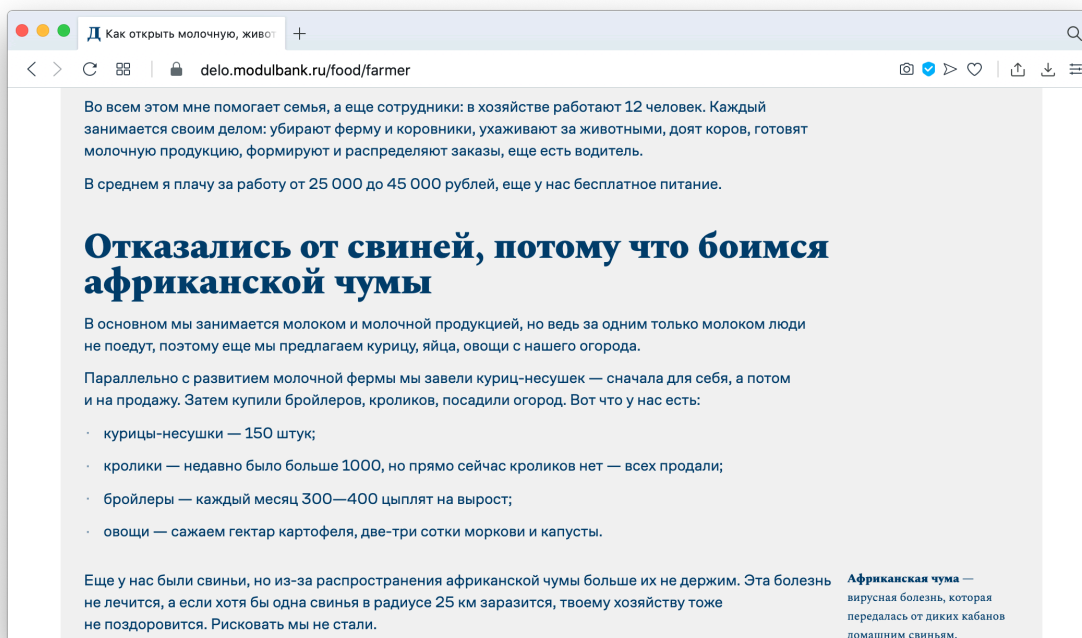
Пример всегда используем между частями текста — глава или статья не могут заканчиваться примером, в конце должен быть текст:



В статье «Как уволить на больничном» два примера, они стоят между основным текстом. А еще эти примеры самодостаточны: их можно убрать, и глава не потеряет смысл

3. Списки

Если в тексте есть перечисление, его оформляем в столбик с помощью маркированного списка. Так мы структурируем и визуально выделяем информацию.



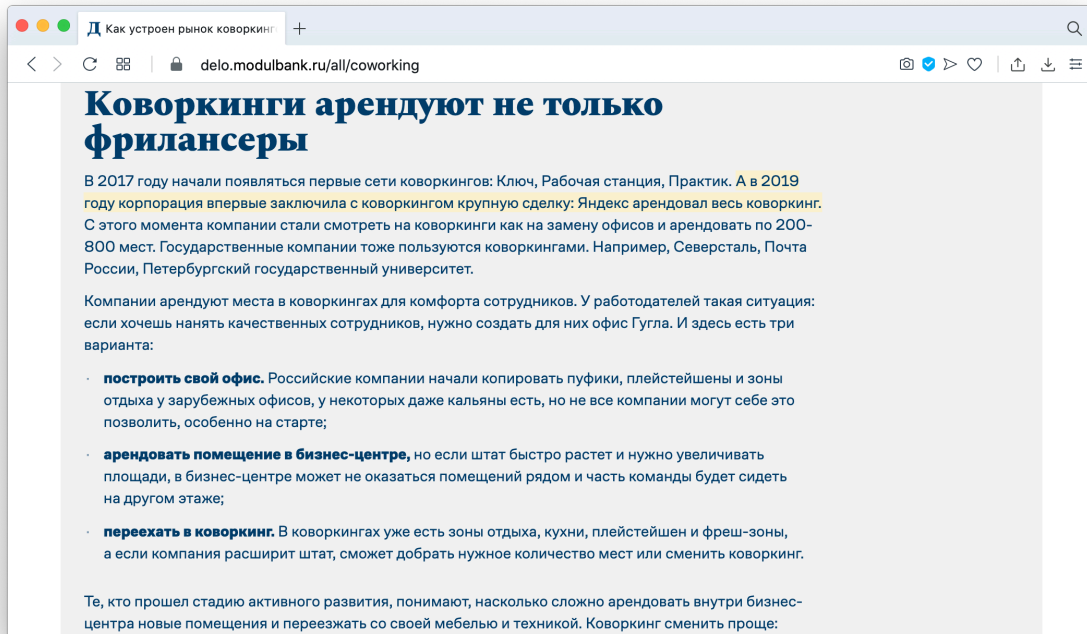
Фермер рассказал, какие животные есть в хозяйстве, а мы оформили это списком

Когда мы пишем список, придерживаемся правила беречь чернила. Если есть обобщающее слово, которое касается всего списка, мы выносим его перед списком, а не повторяем в каждом пункте.

Все пункты списка начинаем со строчной буквы, а заканчиваем точкой с запятой. Это правило русского языка, подробнее о знаках препинания можно почитать в [Справочнике издателя и автора Аркадия Мильчина и Людмилы Чельцовой](#), глава 2.4.

4. Полужирный текст

Мы не используем полужирное начертание, чтобы выделять важные мысли в тексте. Полужирный используется только для подзаголовков в подбор — так мы называем смысловые подзаголовки в списках. Вот как они выглядят:

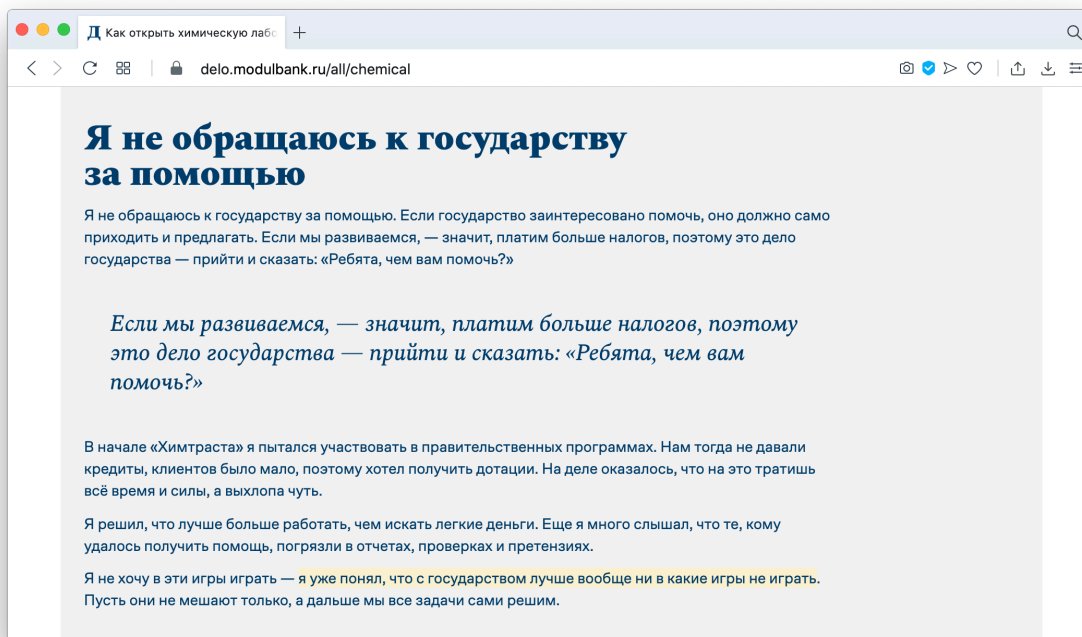


В статье о коворкингах полужирным выделили варианты рабочих мест для компаний. Так использовать полужирный можно

5. Цитаты

Цитата нужна, чтобы привлечь внимание читателя, когда он бегло просматривает статью. Чтобы читатель не запутался, текст для цитаты мы дублируем в основном абзаце. Получается, часть повторяется два раза, но служит разным целям: в тексте — для последовательного описания, в цитате — для привлечения внимания.

Мы не оформляем цитаты в кавычки и не ставим после них точки.



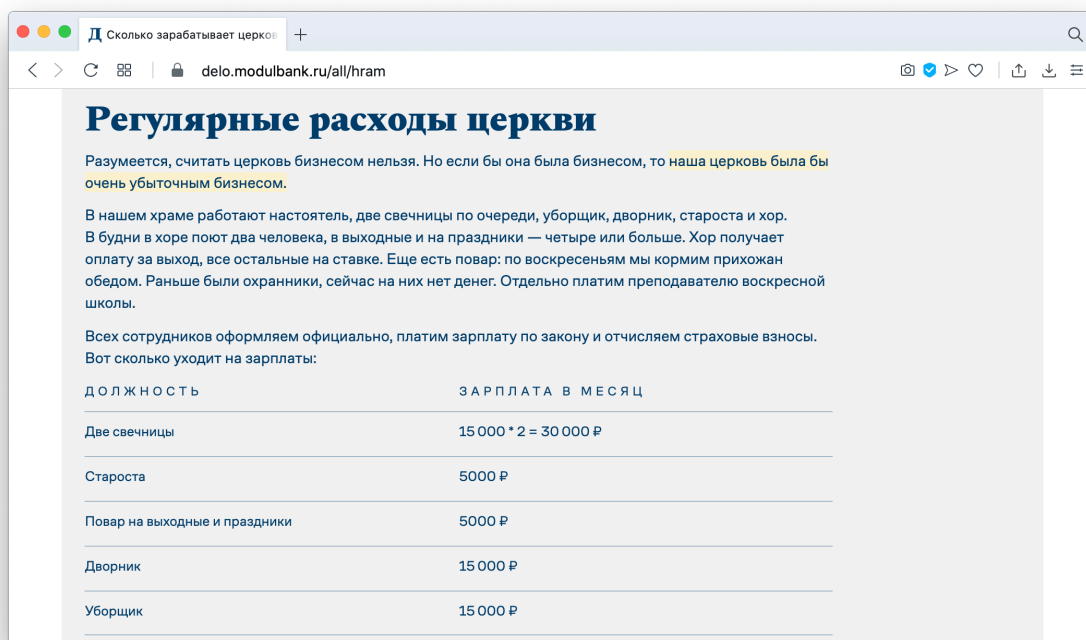
Мы всегда ставим цитату после абзаца, из которого взяли текст для нее

6. Маркеры

Маркером мы выделяем важные мысли в тексте. Это ненавязчивый способ создать контрастность и привлечь внимание читателя к интересному моменту в статье.

Маркер выручает, когда нужно оформить текст, но нельзя использовать другие элементы: нечего вынести на цитату, поставить на поля — или когда другие элементы нарушат принцип умеренности.

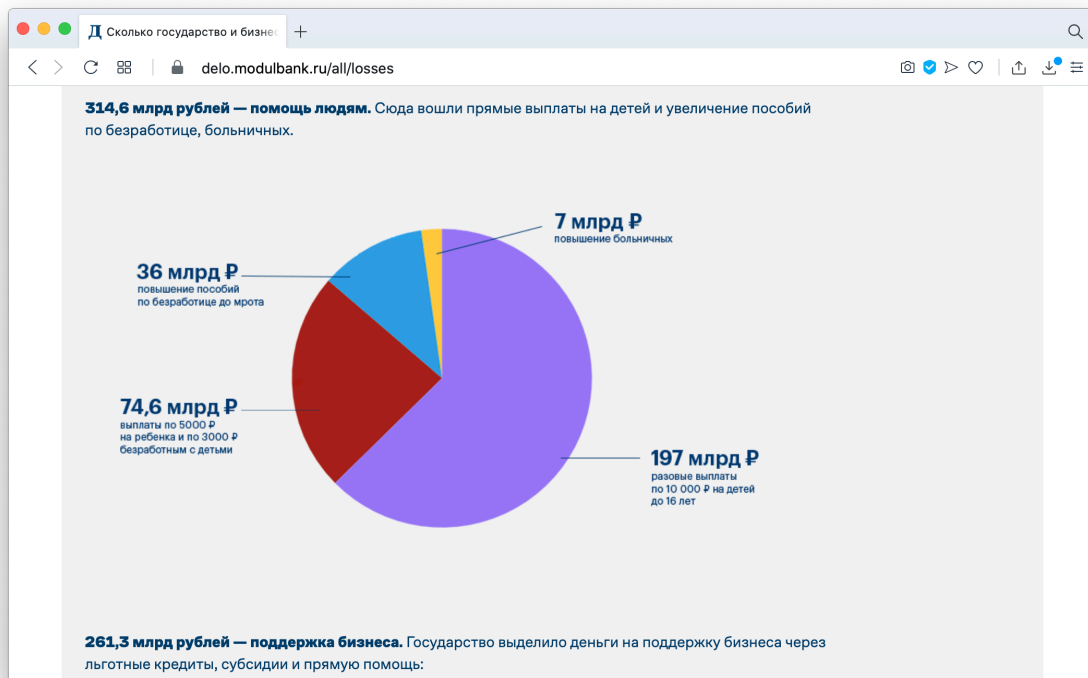
Лучше использовать маркер в середине абзаца, но можно и в первой или последней строке. Главное — выбирать интересные мысли, не ставить маркер просто так.



В статье «Сколько зарабатывает церковь» автор выделил маркером важную мысль: церковь — это очень убыточный бизнес

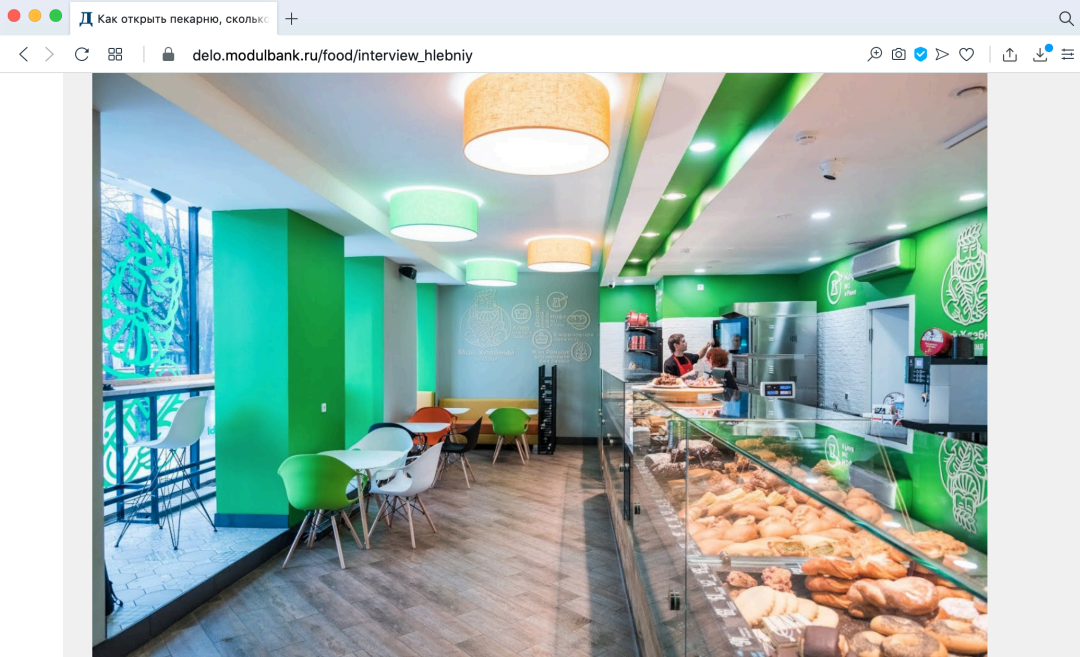
7. Подписи к иллюстрациям

Иллюстрация в тексте — это всё, что помогает привлекать внимание и объяснять что-то более наглядно: фотография, рисунок, скриншот, график, гифка или видео.



Здесь график показывает, сколько государство потратило на выплаты и субсидии. Без графика было бы непонятно, на что ушло больше всего денег

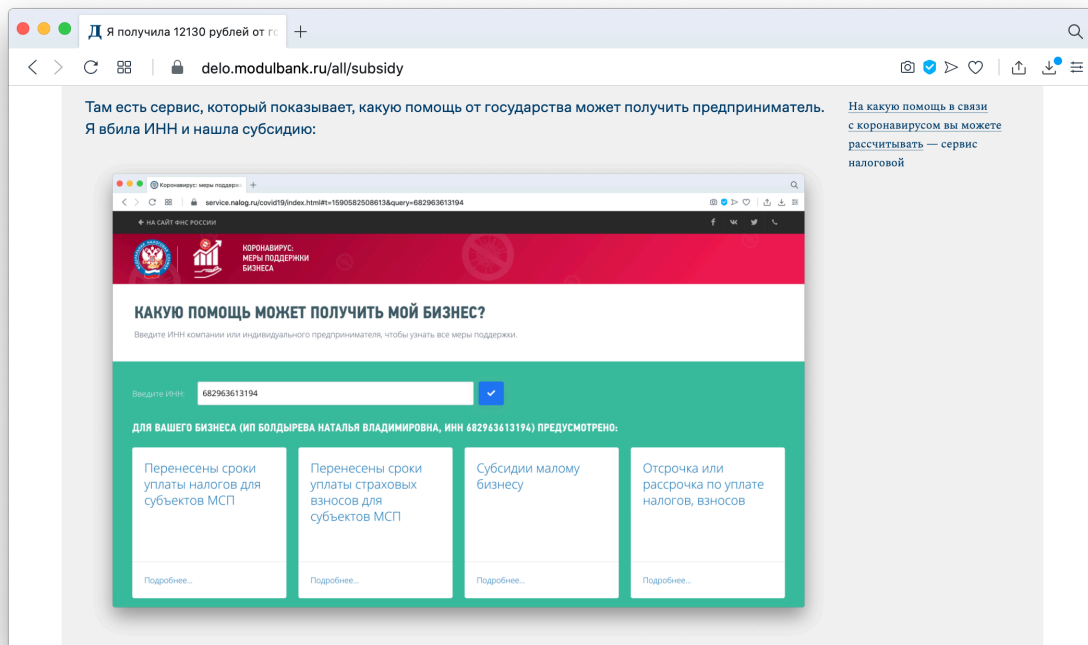
Иллюстрация не живет сама по себе, к ней нужен сопроводительный текст — подпись.



Первая половина дня. К этому времени продавцы должны выпечь половину дневной выпечки и разложить на витринах. На улице светло, но в пекарне мы всё равно включаем свет. Свет помогает сделать выпечку более яркой и вкусной на вид

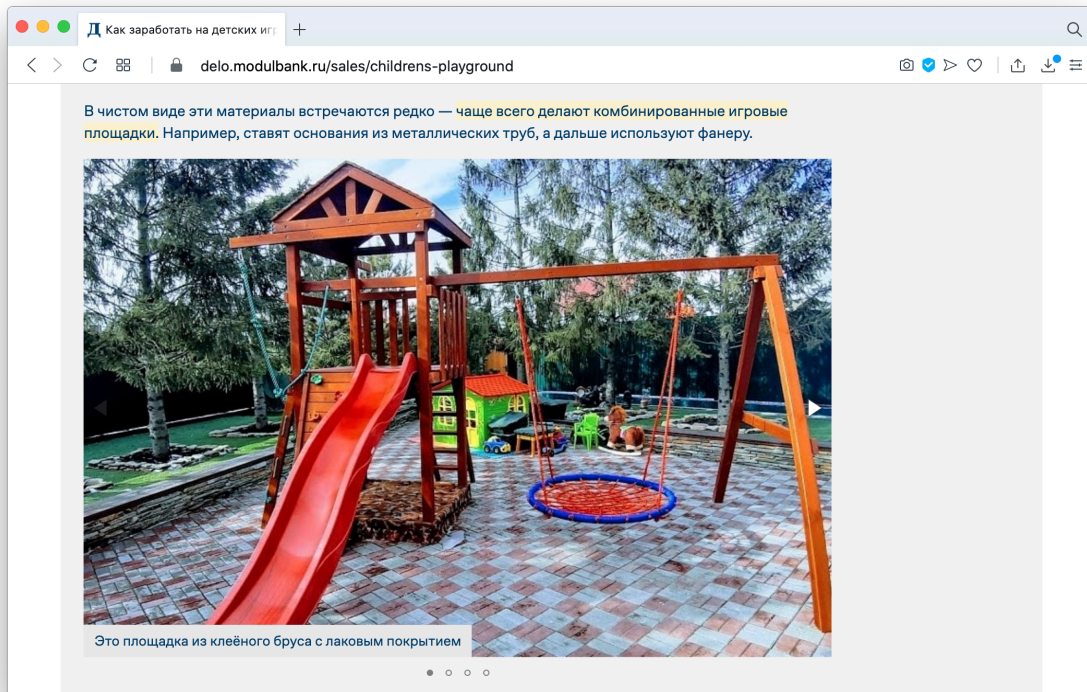
В подписи сначала поясняем, что происходит на иллюстрации, а затем рассказываем историю

В редких случаях можно без подписи, если иллюстрация синтаксически продолжает текст. То есть перед ней стоит предложение, которое ее поясняет:



Подписи нет, но она и не нужна: текст перед иллюстрацией поясняет, что происходит

Несколько фотографий можно объединить в галерею. Иллюстрации для галереи должны быть похожи по содержанию — это могут быть снимки разных детских площадок или фотографии до и после ремонта офиса. В галерею нельзя собирать разные фотографии: на первом снимке — место ДТП, а на втором — протокол гаишника.



Это галерея фотографий детских площадок. Если пролистать дальше, будут точно такие же снимки, но других площадок. Везде есть подписи

8. Скриншоты

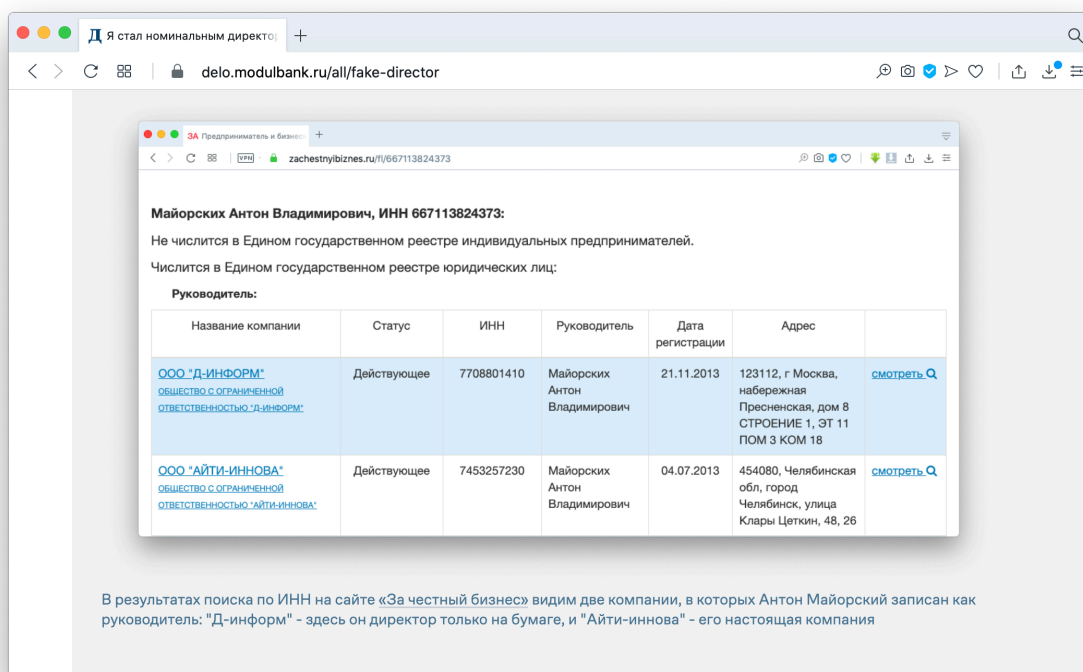
Скриншоты должны быть познавательными для читателя, поэтому мы делаем их:

крупными, чтобы их можно было рассмотреть. Нет смысла ставить скриншот, на котором видно весь экран в целом, но невозможно прочитать текст;

информативными: если половину экрана занимает белое поле, нужно приблизить экран и заскриншотить только часть. Если мы хотим показать пост на фейсбуке, мы не снимаем весь интерфейс фейсбука.

Подпись к скриншоту не должна начинаться со слова «скриншот», потому что это очевидно.

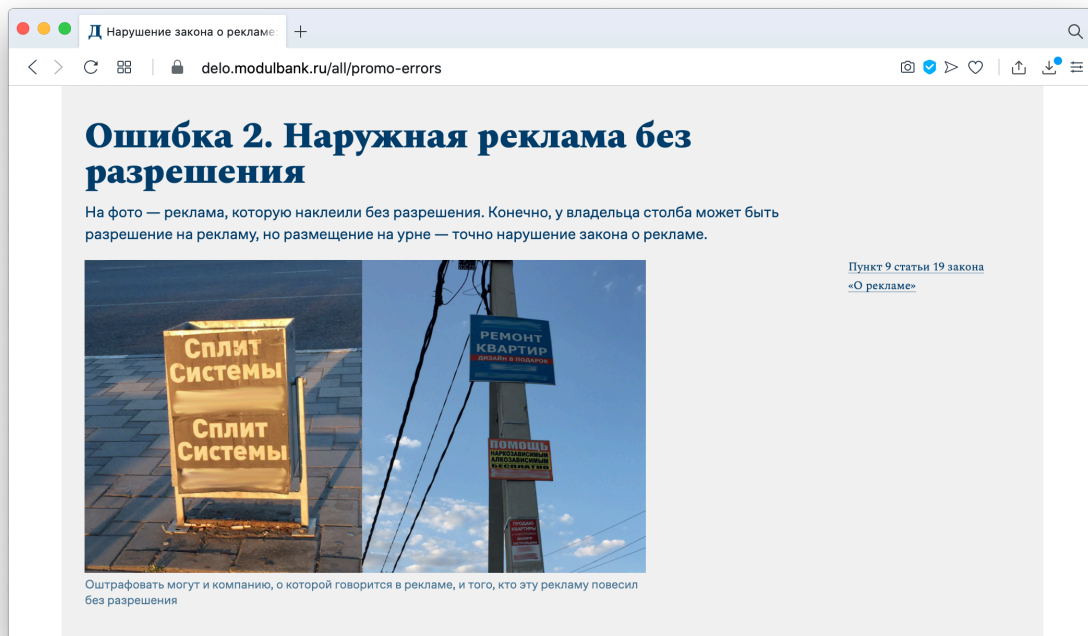
Если скриншот получается некрасивым, но он нужен или важно что-то выделить на нем, мы обращаемся за помощью к дизайнерам, чтобы они предложили, как улучшить его.



Скриншот к статье о номинальных директорах показывает не весь реестр юрлиц, а только нужного человека. В подписи — пояснение, где искали и что нашли

9. Подзаголовки и картинки

После подзаголовка всегда идет текст, а только потом остальные элементы: картинки, таблицы, графики. Нельзя поставить фотографию сразу после подзаголовка. Вот как нужно:



Сначала подзаголовок, потом текст, потом всё остальное

Чтобы было легче запомнить, изобразим схемой:

Подзаголовок

Текст

Любой элемент

Текст

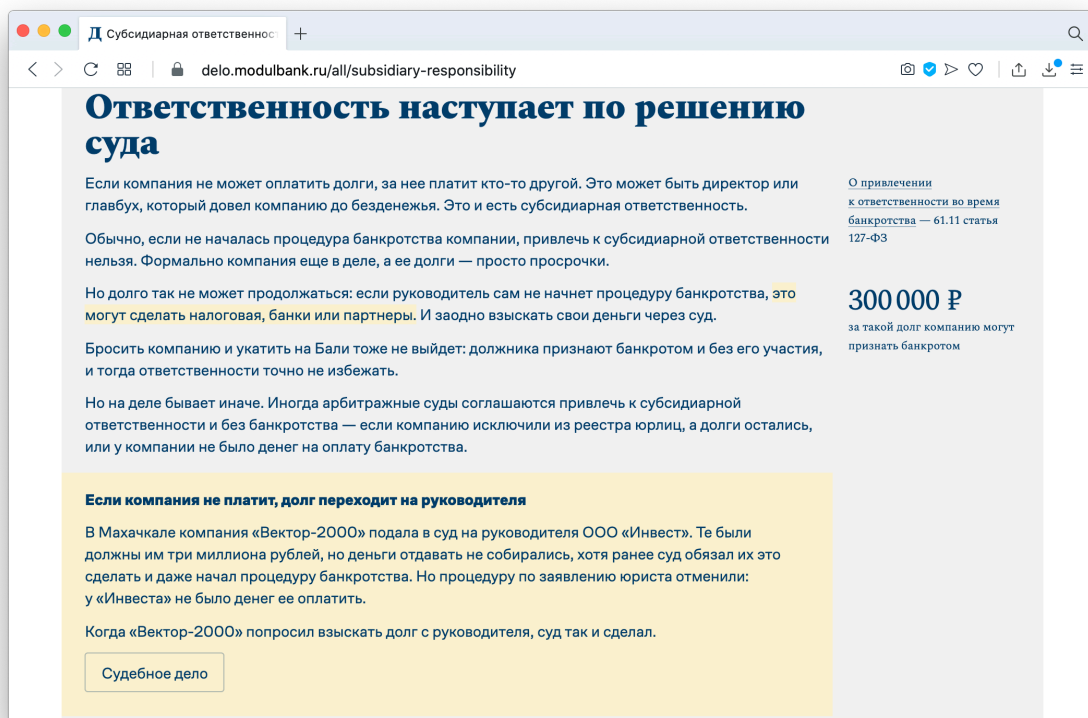
Общее правило такое: глава всегда начинается с подзаголовка и текста и заканчивается текстом.

10. Подверстка

Подверстка — это дополнительный текст на желтом фоне. На подверстку мы ставим:

- судебные дела;
- подборку ссылок на статьи;
- блиц-опрос;
- исторический факт;
- справку о герое или его компании.

На подверстку в целом идет то, без чего статья не потеряет смысл. Это дополнительная информация, которую можно удалить, и читатель не потеряет в пользе.



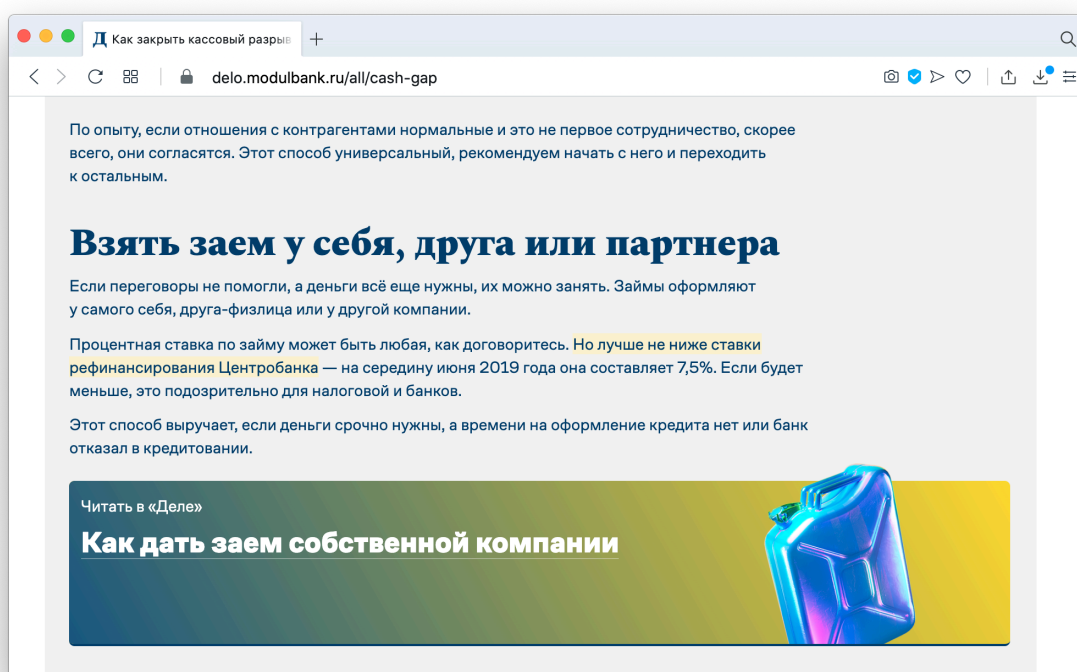
Здесь на подверстку поставили судебное дело о субсидиарной ответственности директора

11. Ссылки

Мы используем ссылки двух видов:

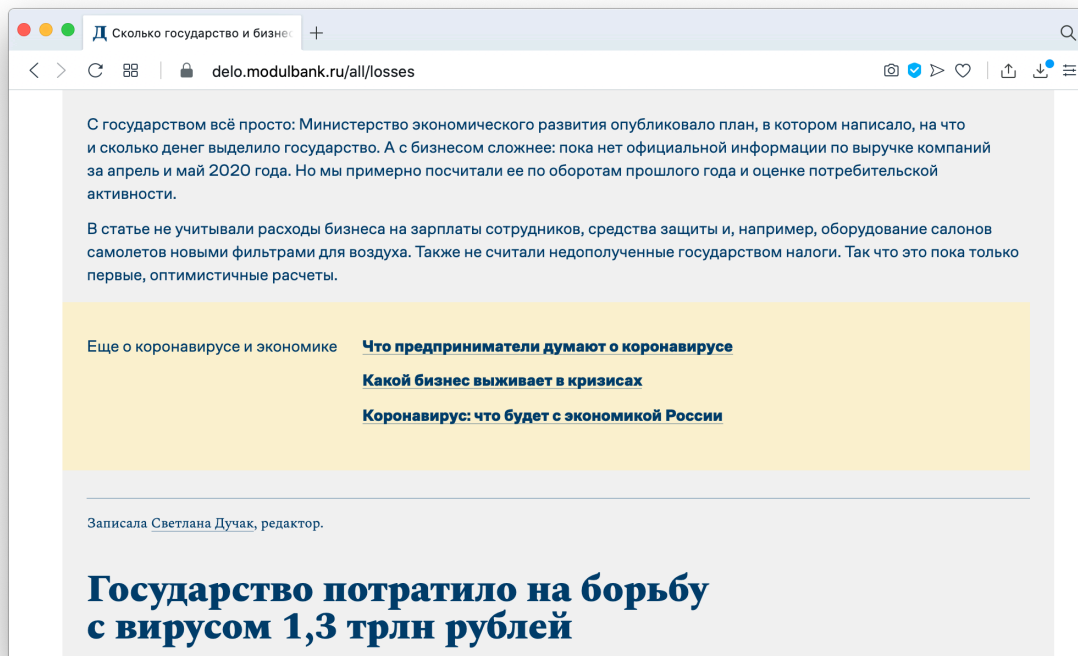
царские — цветная плашка по ширине текста, могут быть с картинками или без. Используем один раз на статью в конце главы или статьи;

источник — обычная ссылка на полях на источник информации. Используем везде, где нужно подтвердить слова в тексте.



Вот так выглядит царская ссылка на другую статью. Цвет царской ссылки и иконку можно менять

Если нужно дать ссылки на статьи Дела, можно в начале или конце сделать подборку на подверстке или поставить их в тексте на подходящие по смыслу фразы.

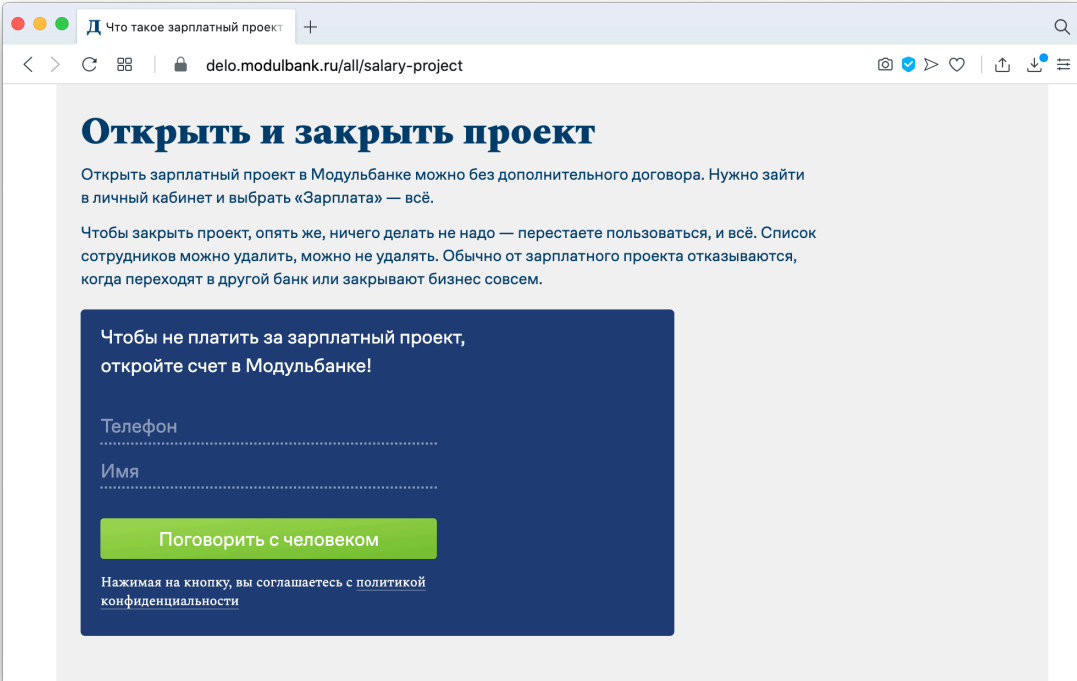


Вот так выглядит подборка статей Дела на подверстке

12. Банковская форма

Если в статье нужно использовать форму заявки для банка, она становится главным элементом. Мы не используем другие яркие детали, потому что они будут отвлекать внимание. При этом мы не убираем элементы, которые важны по смыслу, например скриншоты документов.

Банковская форма является смысловым продолжением статьи, а текст в самой форме связан с абзацем перед ним.



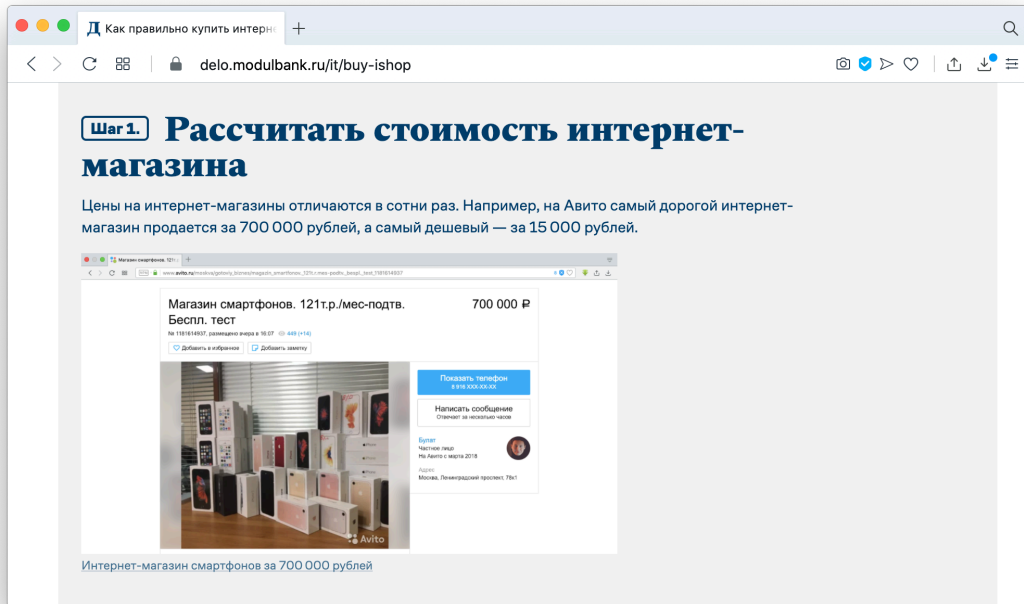
The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "delo.modulbank.ru/all/salary-project". The page title is "Открыть и закрыть проект" (Open and close project). The main text explains that opening a salary project in Modulbank does not require an additional agreement, and closing it is simple. A dark blue form box contains the following elements:

- Text: "Чтобы не платить за зарплатный проект, откройте счет в Модульбанке!" (To avoid paying for a salary project, open an account in Modulbank!)
- Form fields: "Телефон" (Phone) and "Имя" (Name), both with dotted lines indicating input fields.
- Button: "Поговорить с человеком" (Talk to a person) in a green box.
- Text: "Нажимая на кнопку, вы соглашаетесь с политикой конфиденциальности" (By clicking the button, you agree to the privacy policy).

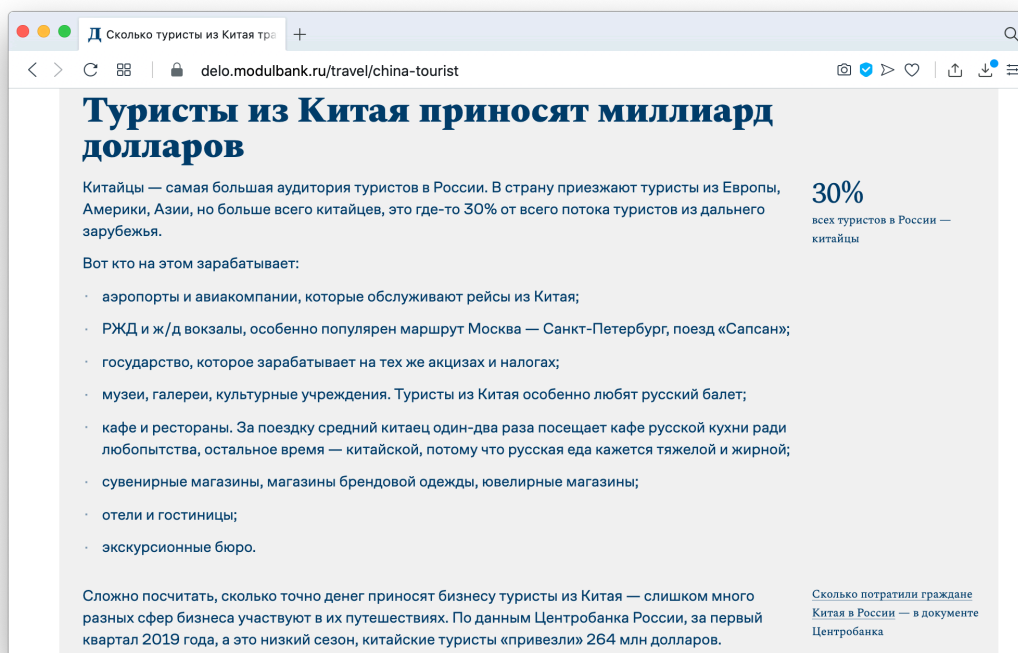
Это статья о зарплатных проектах банков, в конце стоит форма, чтобы открыть счет в Модульбанке. Текст в форме связан по смыслу со статьей и абзацем, который идет перед формой

13. Шаги и фактоиды

Мы используем разные дополнительные элементы оформления, чаще — шаги и фактоиды. Шаги нужны для инструкций, где каждая глава идет как шаг: шаг 1, шаг 2, шаг 3. Вот так:



Фактоиды — интересные цифры или факты из текста, выносятся на поля:



Этот список меняется и дополняется, но всегда работает правило: мы используем любой элемент, если понимаем, зачем он нужен и какую задачу выполняет.

В этой инструкции мы говорим об общих правилах, которые делают результат предсказуемым. Иногда мы нарушаем эти правила, но только если понимаем, зачем это делаем и какого эффекта добьемся.

Не нарушайте правила, если пока не до конца разобрались в них!