

**Технические требования (ТТ) к рекламным текстовым материалам,  
предоставляемым для размещения на [www.newkaliningrad.ru](http://www.newkaliningrad.ru).**

**Реклама должна соответствовать:**

- требованиям действующего законодательства, в т. ч. закону «О рекламе» (в особенности статей, касающихся скрытой, недобросовестной, недостоверной рекламы и рекламы некоторых видов товаров);
- содержанию той страницы, на которую она ведет;

**Рекламные материалы в обязательном порядке сопровождаются сообщением «на правах рекламы» в тексте материала и графической пометкой PR в ленте новостей для пресс-релизов.**

**Технические требования к рекламным текстам:**

**Пресс-релиз (короткая новость):**

- Заголовок: до 80 знаков (с пробелами) одним предложением. В обязательном порядке наличие глагола или источника новости;
- Анонс (текст, публикуемый в ленте новостей /news, содержащий ключевую идею пресс-релиза): не более 100 знаков (с пробелами);
- Текст (в форме новости): до 3000 знаков (с пробелами), 3 фото (до 350 на 300 px для горизонтальных, до 200 на 300 px для вертикальных), 4 гиперссылки, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео);
- Текст (в форме фоторепортажа): до 1000 знаков (с пробелами), 5 фото\*\* (для слайд-шоу), 4 гиперссылки, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео)

**Публикация** (формат на выбор: статья/фоторепортаж/или интервью):

- Заголовок: до 80 знаков (с пробелами) одним предложением. В обязательном порядке наличие глагола или источника новости;
- Анонс (текст, публикуемый в ленте новостей /news, содержащий ключевую идею пресс-релиза): не более 100 знаков (с пробелами);
- Текст (**в форме статьи**): до 6000 знаков (с пробелами), 10 фото, 8 гиперссылок, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео);
- Текст (**в форме фоторепортажа**): до 2000 знаков (с пробелами), 35 фото, 4 гиперссылки, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео);
- Текст (**в форме интервью**): текст до 8000 знаков (с пробелами), 10 фото, 8 гиперссылок, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео).

**Блок «Скидки/акции»:**

- Заголовок: до 77 знаков с пробелами, важно отразить суть акции)
- Период действия акции: указать временной отрезок
- Фото: до 10 фото (только горизонтальные 600x400px)
- Текст-описание: до 1500 знаков (с пробелами), 4 гиперссылки
- Контакты: (логотип, название, адрес, телефоны, сайт).

**Требования к фото:**

- для анонсного фото: до 900x600 px
- для материала и фотогалереи: горизонтальные - до 900x600 px, вертикальные - до 400x600 px

\* Не допускается размещение изображений, состоящих из одного только текста.

\*\*Фотографии, присланные в максимально допустимом разрешении, размещаются в виде слайд-шоу

Фотографии, присланные в файлах формата «docx», а также фотографии плохого качества к размещению на сайте не принимаются.

### **Требования к видео:**

Для размещения видео в материале предоставляется ссылка. Видеоролики предварительно должны быть загружены на [www.youtube.com](http://www.youtube.com), [vimeo.com](http://vimeo.com) или иной распространённый видеохостинг.

### **В текстах рекламных сообщений не допускается:**

— использование заглавных букв, помимо случаев, предусмотренных нормами русского языка, в т. ч. использование формы обращения «вы» с заглавной буквы (в русском языке заглавные буквы принято использовать в начале предложений, в названиях и именах собственных, а также в аббревиатурах (аббревиатура — сложносокращённое слово, образованное из начальных букв или слогов какого-либо словосочетания (например: СНГ, ГИБДД, ПДД). Эта норма касается и названий фирм, учреждений, организаций, если они не являются аббревиатурами);

— использование в заголовке неизвестных, непопулярных аббревиатур, незнакомых читателю (например: ПДД, МВД, УФАС — можно, ПДМГВ — нельзя, т.к. никто не поймет, что это, о чем идет речь). Неизвестные, непопулярные аббревиатуры, использованные в тексте, подлежат обязательной расшифровке;

— использование более одного восклицательного знака в предложении, а также использование восклицательных знаков в 2-х и более предложениях подряд (например: «Внимание! Акция! Не пропустите! Приглашаем за покупками!»). Использование восклицательного знака и в заголовке, и в анонсе одновременно;

— использование более 2-х цветов шрифта;

— более одного предложения в заголовке;

— отсутствие глагола в заголовке. Если заголовок не содержит глагола, то в начале заголовка ставится источник релиза — название фирмы без формы собственности и двоеточие (например: «Детский мир»: на новом месте и со скидками! или «Дубрава»: веники для бани и сауны и многое другое). Заголовок должен выражать суть текста;

— использование отчеств. Официальных лиц и других ньюсмейкеров необходимо представлять только по имени-фамилии (не Сигизмунд Семенович Семенов, а Сигизмунд Семенов);

— использование текстов, не имеющих никакого смысла, а состоящих по факту из набора несочетаемых слов, образующих нелепые конструкции;

— написание всех названий без кавычек;

— написание названия одной и той же компании на разных языках.

Рекламные материалы, присланные в формате «html», к размещению на сайте не принимаются.