

Технические требования к оформлению рекламных статей

В начале статьи указывается, что информация оплачена. Вы можете решить, смогут ли читатели оставлять комментарии к статье.

Заголовок статьи не может быть длиннее 70-80 символов (с пробелами) или содержать менее двух слов. В нем нельзя использовать слова, написанные ЗАГЛАВНЫМИ буквами. Для названий предприятий в заголовке необходимо использовать кавычки (" ").

Длина рекламной статьи – **до 10 000 символов**, однако для наиболее удачной коммуникации с читателями DELFI советует не выбирать тексты до 5 000 символов (с пробелами) – примерно один лист формата А4. Текст не следует перегружать ЗАГЛАВНЫМИ буквами, знаками препинания (например, большим количеством восклицательных) и тому подобным.

Для статьи необходимо одно **горизонтальное изображение с соотношением сторон 10:6** (ширина:высота). Размер изображения: 1024x620 пикселей. Текст не может занимать более 30% от титульного изображения.

Внимание! Человек или предмет на титульном изображении должен быть расположен по центру, чтобы края не обрезались. Изображение необходимо выслать отдельным приложением, указав имя автора фотографии и подтвердив права на ее использование на портале DELFI.

К статье можно добавить галерею изображений, видео, ссылки на сайты, которые в тексте уже должны быть оформлены как гиперссылки.

Рекламную статью необходимо прислать как минимум за **два полных рабочих дня** до предполагаемого дня публикации. Текст должен быть неформатированным (без курсива, подчеркиваний и тому подобного) и в формате Word-документа.

Рекламные статьи DELFI предназначены для размещения коммерческой информации. DELFI имеет право не публиковать рекламные статьи, которые содержат сравнительную рекламу, а также вопросы, касающиеся религиозной принадлежности, сексуальной ориентации или политических предпочтений.

Редакция DELFI не публикует тексты, содержащие стилистические, орфографические или грамматические ошибки. Корректурa является платной услугой.