

CN 114592

Жюстин Томс

**Съдържанието е цар.
Царят е гол.**

НЕ СЕ ИЗНАСЯ

ROI
communication

044.5 + 339.13: 004.5

133468

БИБЛИОТЕКА - УНСС

Имп. №



120000133763

ROI

Съдържанието е цар. Царят е гол.

© Жюстин Томс, 2024

© „Рой Комюникейшън“, 2024

Първо издание

ISBN: 978-954-9335-53-8

Рецензенти:

Доц. д-р Евелина Христова, Нов български университет

Доц. д-р Стойко Петков, Нов български университет

Доц. д-р Мануела Манлихерова, СУ „Св. Климент Охридски“

Научен редактор: проф. д-р Десислава Бошнакова

Редактор: доц. д-р Вася Атанасова

Корица и илюстрации: Мира Пъдевска

Фигури: Албена Трилева

Предпечат: Сирея+

Печат: ЗИП ЕООД

Тази книга е предмет на авторско право. Не се разрешава копирането и възпроизвеждането на цялата книга или на части от нея без изричното разрешение на автора и издателя. Сканирането с цел качване и разпространение в интернет без разрешението на издателя е в нарушение на авторските права и е наказуемо по закон.

Авторът оценява вашата подкрепа.



www.roibg.com

www.roibooks.com

info@roibg.com

Съдържание

Предговор.....	11
Съдържанието онлайн и още съдържание и все повече онлайн	13
Съдържанието, което стана маркетингов инструмент.....	18
Психологически аспекти.....	19
Все още ли е възможен маркетинг чрез съдържание?	22
Съдържание и разказването на истории	24
Маркетинг на съдържанието и SEO	27
Има ли вредно съдържание?	28
Какво се случи с онлайн пространството.....	31
Бързи срещу бавни онлайн канали и съдържание	34
Кой създава съдържание онлайн.....	37
Журналисти и онлайн медии.....	40
Инфлуенсъри и внимание	43
Типове инфлуенсъри	45
Защо инфлуенсърите са толкова влиятелни?	53
Лидерство, политици и онлайн пространство.....	62
Бизнеси и организации в свръхпроизводство на съдържание	64
Онлайн артистите и тяхното съдържание	67
Безкрайното поле от инвентар.....	69
Консуматорите консумират.....	81
Human in the loop. Изкуствен интелект и алгоритми	86
И защо създаваме съдържание?.....	89
Давид срещу Голиат	91
Права. Авторски права.....	95
Създава го, защото може.....	99
Типове съдържание.....	99
Едно съдържание – много парчета	116

Ако съдържанието е цар, то коя е царицата?	119
Аудиторията	119
Контекстът	121
Алгоритмите на платформите	122
Закони на онлайн пространството	123
„90 процента от всичко е боклук“ или Законът на Стърджън	125
Трагедия на общите блага.....	125
„Малко вожд, много индианец“ или Правилото 1/9/90	126
„Reductio ad Hitlerum“ или Законът на Годуин	128
Количество срещу качество или „Вечният септември“	129
Хуморът онлайн или Законът на По	130
FoMO или Страхът от пропускането.....	131
Цензурата в Интернет или Ефектът на Страйсънд.....	132
„Не“ в заглавието или Законът на Бетъридж за журналистическите заглавия.....	134
„Дай ми още от същото“ или Ефектът на ехо-стаята.....	135
Асиметричната глупост или Законът на Брандолини	136
Провалите като закономерност или Законите на Вио	136
Съдържанието пътува	139
Съдържанието е цар и работи	141
Дистрибуция	141
Метрики.....	143
Съдържанието е цар, но царят е гол.....	144
Защо съдържанието не работи?.....	145
Съдържанието като дигитален отпадък.....	146
Бъдещето	147
Наръчник	151
Основни принципи на създаване на съдържание.....	153
Типове съдържание.....	155
Създаване на качествено съдържание.....	158
Доброто съдържание е.....	160
Как съдържанието ни да е по-добро?.....	161
Малките бизнеси също имат шанс.....	162
Кирилицата. Съдържание на български език.....	163

Съдържание и маркетинг стратегия	165
Графичен дизайн и визуални елементи.....	165
Планиране и управление на съдържанието.....	166
Анализ и метрики.....	166
Ролята на троловете. Огледай се за елфи.....	168
За насърчаване на креативността.....	169
Ресурси и финални препоръки	170
Речник	175
Библиография	178
Благодарности	181
За автора.....	183