

И 93735

808.1

3

133892

105-1
105-2

БИБЛИОТЕКА - УНСС

Инв. №



120000133890

Ann Handley
EVERYBODY WRITES
Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content

Copyright © 2014 by Ann Handley
Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
All Rights Reserved. This translation published under license
with the original publisher John Wiley & Sons, Inc.

Translation copyright 2023, by Locus Publishing Ltd.

Ан Хангли
ВСИЧКИ ПИШЕМ
Как да създаваме качествено, ефективно и ангажиращо съдържание

- © Мария Стоева, превод, 2023
- © Емил Марков, библиотечно оформление, 2023
- © Локус Пъблишинг ЕООД, 2023

INTENSE е запазена търговска марка на Локус Пъблишинг ЕООД
ISBN 978-954-783-378-4



Съдържание

Предговор 13

Първа част

Правила при писане: Как да пишем по-добре
(и да обичаме текста си) 31

1. Всички пишем 36

2. Писането не е изкуство, а навик 38

3. Забравете училищните правила 43

4. Публикуването на съдържание е привилегия 47

5. Поставете ключовите думи (и идеи)
В началото на изречението 50

6. Използвайте „писателска“ навигационна система 53

7. Преди да започнете да пишете,
обмислете добре идеята си 62

8. Планирайте текста. Отпуснете се. Ще се справите . . . 66

9. Приемете факта, че първата ви чернова
ще е ужасно грозна 70

10. Влезте в кожата на читателя 74

11. Ще заговорите с хумор,
докато преработвате черновата 77

12. Развийте патологична емпатия 78

13. „Зачеркнете излишните думи“	85
14. Започнете със „Скъпа мамо...“	90
15. Пресякохте стартовата линия – заличете следите си	93
16. Обръщайте внимание на лексикалното и граматическото обкръжение на думите	97
17. Завладяващото начало ви кани на парти, а ефектният завършек поражда желание забавата да продължи	100
18. Не им разказвайте, покажете им	107
19. Използвайте познати, но изненадващи аналогии	113
20. Пишете така, сякаш преподавате	116
21. Пишете с прости думи, но не опростявайте	118
22. Намерете си партньор в писането	121
23. Екипът от „експерти“ вреди на работата ви	123
24. Намерете си опитен редактор.	125
25. Превърнете се във фанатични привърженици на добрата четивност	128
26. Завършете там, където ще сте нетърпеливи да се върнете отново	133
27. Поставете си за цел да пишете по определен брой символи или думи на ден (а не определен брой часове)	134
28. Чудотворните две думи: краен срок	137

Втора част

- Правила за писане: Граматика и лексика 139*
- 29. Използвайте думи, които са познати на Всички. 141*
- 30. Отървете се от хибридни,
паразитни и претенциозни думи. 144*
- 31. Забравете за кибержаргона (Всички думи, които
не бихте прошепнали в ухото на любимия вечер) 146*
- 32. Защо залогът има значение?
Деятелен и страдателен залог. 147*
- 33. Заложете на силни глаголи 149*
- 34. Прибягвайте до употреба на наречия
само ако са абсолютно необходими 151*
- 35. Употребете клише, но не добавяйте още едно
в съседство 155*
- 36. Избягвайте най-често допусканите
от маркетинголозите грешки. 158*
- 37. Нарушавайте някои училищни правила
(или поне тези три) 160*
- 38. Научете думите, които най-често бъркате 162*
- 39. „Извинете ме, когато целувам момчето“ 164*
- 40. Не морализирайте и не поучавайте 167*

Трета част

- Как да разказваме истории 169*
- 41. Разкажете как ще направите света по-добър 171*

42. Изберете история, която само вие можете да разкажете	179
43. Глас, тон на гласа и стил на комуникация на бранда	182
44. Потърсете аналогии вместо примери.	189
<i>Четвърта част</i>	
Правила за публикуване	193
45. Почакайте. Що е то бранд журналистика?	196
46. Говорете истината	203
47. Търсете „информационни“ моменти навсякъде	205
48. Публикувайте новини, които наистина са новини	210
49. Субективни и обективни: търсете различните гледни точки	212
50. Неочевидни съвети за интервю	215
51. Проверка на факти	221
52. Подходът „течащи като вода“ истории	224
53. Търсете най-надеждните източници	227
54. Бъдете нащрек за скрити мотиви	229
55. Правила за цитиране.	230
56. Етика на курираното съдържание	236
57. Искайте разрешение, а не извинение.	242
58. Запознайте се с правилата относно авторското право, добросъвестната му употреба и атрибутирането му	247

59. Подкрепете съдържанието си с данни	254
<i>Пета част</i>	
13 формата в маркетинга	257
60. Идеалната дължина на публикация в блог, Facebook, Twitter, подкаст и други видове съдържание . . .	259
61. Как да пишем в Twitter.	265
62. Как да поставяме хаштагове.	274
63. Как да пишем в социалните мрежи, като използваме хумор	283
64. Как да пишем във Facebook	289
Мощни призови, които сплотяват аудиторията	289
65. Как да пишем в LinkedIn	295
66. Как да попълним професионално профила си в LinkedIn.	303
67. Как да пишем електронни писма	308
68. Как да пишем целеви страници	317
69. Как да пишем заглавия	329
70. Как да пишем „Начална страница“	335
71. Как да пишем страницата „За нас“	344
72. Как да създадем инфографика, която няма да осмееят	349
73. Как да пишем по-добри публикации в блог	357
74. Как да пишем годишни равностетки (или да правим изводи)	362

Шеста част

<i>Инструменти за създаване на съдържание</i>	<i>369</i>
<i>Инструменти за организация на бележки и знания . . .</i>	<i>371</i>
<i>Инструменти за създаване на текст</i>	<i>372</i>
<i>Инструменти за повишаване на продуктивността . . .</i>	<i>374</i>
<i>Инструменти за редактиране</i>	<i>376</i>
<i>Добри стилистични справочници</i>	<i>377</i>
<i>Гласови асистенти</i>	<i>378</i>
<i>Генератори на идеи за публикации в блог и статии . . .</i>	<i>378</i>
<i>Стокови изображения (с които няма да имате проблеми с авторските права)</i>	<i>379</i>
<i>Епилог</i>	<i>381</i>
<i>Благодарности</i>	<i>382</i>
<i>Благодарности за инструментите</i>	<i>385</i>
<i>Послеслов от Етиен Янев</i>	<i>387</i>
<i>Бележки</i>	<i>391</i>