

Редполитика журнала «Кто студент»

Идея журнала

«Кто студент» — независимый журнал студентов Школы Бюро Горбунова.

По понедельникам здесь публикуют интервью со студентами, выпускниками и преподавателями школы. Иногда выходят спецвыпуски: кейсы, интервью с известными редакторами и дизайнерами, инструкции для студентов, обзоры, игры, тесты.

Журнал помогает студентам школы учиться друг у друга: обмениваться знаниями и опытом, находить закономерности в профессиональном развитии коллег и делать выводы из их ошибок.

Все решения в работе редакции принимает главред: цензуры нет, никто не может навязать или запретить тему для статьи. У нас бывает и критика школы, и мат, и фото с сигаретой.

Как готовим интервью

1. Ищем героя и заполняем заявку на интервью

Где ищем героя: в своем окружении, среди выпускников прошлых потоков любой школы, на бирже Главреда, в школьном чате. Если идей нет совсем, обратитесь к главреду, он поможет.

Герой должен быть интересен своим опытом, возможностью дать практический совет, инструкцию. Нельзя выбирать героя только потому, что он известный.

Нет

Иван Петров — основатель модного журнала «Сити». Это самое яркое, известное, современное издательство нашего города.

Да

Иван Петров — основатель журнала «Сити». В 2020 году все журналы обанкротились и канули в лету, а «Сити» выжил. Узнаем, какие управленческие решения помогают сохранить бизнес в кризис.

Как заполняем заявку: думаем над темой, полезным действием и интересом читателя. Опорные вопросы указаны в шаблоне заявки.

Что дальше: отправляем главреду в Телеграм ссылку на заявку с возможностью комментировать. После согласования вставляем ссылку в

документ с интервью.

[Шаблон заявки на интервью](#)

2. Договариваемся с героем о встрече

От героя важно получить чёткое согласие на интервью и назначить дату.

Лучше всего до интервью договориться о предварительном созвоне на 10 минут. Во время этой встречи рассказываем, что хотим написать, почему, о чем будем расспрашивать героя.

По итогу первого созвона:

- герою известна повестка,
- у него есть время, чтобы вспомнить полезные детали,
- он не будет уходить далеко от темы во время основного интервью.

Также во время 10-минутки просим выслать всевозможные фотографии и скрины по теме. Они визуально расскажут статью. С их помощью мы сможем задать дополнительные вопросы на интервью.

Когда созвонились с героем и получили его согласие, сообщаем главреду дату основной встречи и дату, когда будет готова первая итерация статьи.

Пример: «Привет. Договорились пообщаться с героем 21 августа. Черновик будет готов 25-го августа, в четверг. Ссылку сброшу в Телеграм».

Самые живые и интересные интервью получаются, когда лично встречаемся с героем. Чуть скучнее — когда созваниваемся в Скайпе или Зуме с видео. Хуже всего — созвон голосом.

[Шаблон холодного письма](#)

3. Готовимся к интервью

Выясняем, чем герой уникален: копаемся в его соцсетях, ищем артефакты, исследуем старые проекты. Главное — выяснить, какой опыт героя может быть полезен читателям.

В вопросах фокусируемся на профессиональном развитии героя, способах заработка, рабочих инструментах, образовании.

Нет

Что ты чувствовал, когда получил предложение от Яндекса?

Кто из преподавателей тебе нравится больше?

Да

Как так вышло, что Яндекс доверил эту задачу тебе, фрилансеру?

На второй ступени ты сам готовил иллюстрации для макетов. На каких

Сколько денег тебе нужно для комфортной жизни?	курсах научился так рисовать? Ты переехал в Германию, но продолжаешь зарабатывать в рублях. Что изменилось в твоём финансовом планировании после переезда? Как договорился о повышении зарплаты?
Нет ощущения одиночества?	Ты сказал, что по вечерам отказываешься от гаджетов и много гуляешь. Как тебе удаётся тормозить себя в работе?
Что думаешь о новом сроке президента?	Как искал работу после увольнения из агентства?

[Совет Людмилы Сарычевой «Как взять интервью?»](#)

[Журнал «Нож» о подготовке и проведении интервью](#)

4. Записываем интервью

Обязательно на несколько устройств сразу, чтобы подстраховаться.

[Где провести и записать разговор с героем интервью](#)

Во время интервью слушайте ответы героя, уточняйте интересные детали. Не старайтесь задать все вопросы из списка. Живая беседа интереснее, чем вопрос — ответ.

В конце беседы предупредите героя, что возможно появятся уточняющие вопросы; спросите, как герою удобнее будет на них отвечать.

5. Расшифровываем

Обычно авторы обращаются к расшифровщикам на биржах фрилансеров, пользуются сервисами распознавания речи или расшифровывают сами.

[Бесплатная программа для расшифровки](#)

[Вторая программа](#), бесплатно расшифрует 3 файла в день

[Ещё одна программа](#), но с ней бывают проблемы

6. Редактируем

Усиливаем всё, что поможет читателю извлечь пользу из опыта героя:

- уточняем детали,
- просим ссылки, фотографии, видео, документы,
- все дополнительные материалы обязательно просим прокомментировать.

Подписи к иллюстрациям: не пересказываем содержание фото. Хорошая подпись — короткая история из жизни героя, которая не повторяет содержание статьи. В конце подписи точку не ставим.

Нет

На этом фото — я и Артём Горбунов

На этом фото я ору в микрофон в студии звукозаписи.

Это меню для кофейни, которое я сам придумал.

Да

Раньше я ходил на все мероприятия, связанные с дизайном, чтобы прокачивать социальную раскованность. Мне было важно подойти к Артёму Горбунову, задать вопрос и при этом не растеряться

Утром я работал на радио и «жарил» рок. А вечером я шёл сниматься в сериале, где играл «хорошего парня». Так я зарабатывал на жизнь в чужом городе.

Первое меню для кофейни «V60» сверстал мой друг. Мы назвали кофейню «V60» по форме воронки для фильтрации кофе. Воронка похожа на латинскую букву V, а угол между её стенками равен 60 градусам

Всё, что не несёт пользу читателю, беспощадно удаляем.

Удаляем

Многому я научился у своего отца. Например, благодаря ему я с детства делаю зарядку по утрам и сам ремонтирую, если дома что-то ломается.

Усиливаем

Коллега вёл обучающий курс по продажам, а потом мы с ним вместе делали халтуру — какой-то сайт. В процессе я многому научилась в плане драматургии сюжета и продажи.

По дороге на работу я либо слушаю рэпчик, который заряжает, либо звоню бабушке.

Чтобы не терять время в дороге, я слушаю подкасты на английском языке.

У меня не получается концентрироваться на задаче. Наверное, надо где-то поучиться этому.

Медитация научила меня концентрации, без которой я бы не смогла стать хозяином своей жизни.

На третьем курсе я работал на кафедре в своём институте. Преподаватели знали меня лично, но это не влияло на оценки: за каждую пятёрку приходилось потеть.

Когда закончил аспирантуру и за полгода не смог найти работу, я задумался: «А на что я потратил семь лет жизни?»

Стараемся упаковать опыт героя в формат, который читатель сможет быстро применить.

Если герой даёт советы, мы сводим их к коротким и запоминающимся правилам. Если герой рассказывает про книги, мы составляем подборку: описываем пользу от каждой книги и даём ссылку.

Не забываем про инфостильную базу, синтаксис и структуру.

[Совет Людмилы Сарычевой «Что писать в подписи, если по фотографии всё очевидно?»](#)

[Совет Паши Федорова о том, как симитировать в тексте разговорную речь](#)

7. Проверяем

Чтобы проверить себя, редактор отвечает на вопросы:

1. Как статья помогает выполнить полезное действие журнала? Что этому мешает?
2. Как опыт героя интервью будет полезен читателю? Как помочь читателю применить этот опыт в своей работе и жизни?
3. Как помочь читателю прочитать интервью полностью? Как помочь читателю ухватить суть интервью, если у него нет времени читать полностью?

8. Верстаем

В простыне текста читателю сложно выделять главное и находить закономерности в рассказе героя. Чтобы помочь читателю прочитать интервью, мы управляем его вниманием.

Контраст вопросов и ответов помогает создать структуру и разделить текст на съедобные кусочки. Иллюстрации и подписи к ним помогают заинтересовать читателя, мотивировать его нырнуть в текст. Фактоиды и цитаты с основной

мыслью из абзаца помогают заинтриговать читателя.

Когда элементов управления вниманием слишком много, страница шумит и отпугивает читателя. Чтобы избежать этого, стараемся делать не больше двух акцентных элементов на экран.

Интервью собираем в Гугл-документах и называем по образцу: «КС: *Имя и фамилия героя или тема, если это не интервью — Имя и фамилия автора*».

9. Отправляем черновик

Ссылку на Гугл-документ с возможностью комментировать отправляем главреду в Телеграм.

10. Отрабатываем комментарии главреда

Если у главреда появляются дополнительные вопросы к герою, то уточняем их в личной переписке с героем или на дополнительном созвоне. Если не согласны с комментарием главреда — аргументируем свою точку зрения. Последнее слово остается за главредом.

11. Согласовываем чистовик с героем

После того, как статью полностью согласовал главред, отправляем ссылку на Гугл-документ герою, с возможностью комментировать.

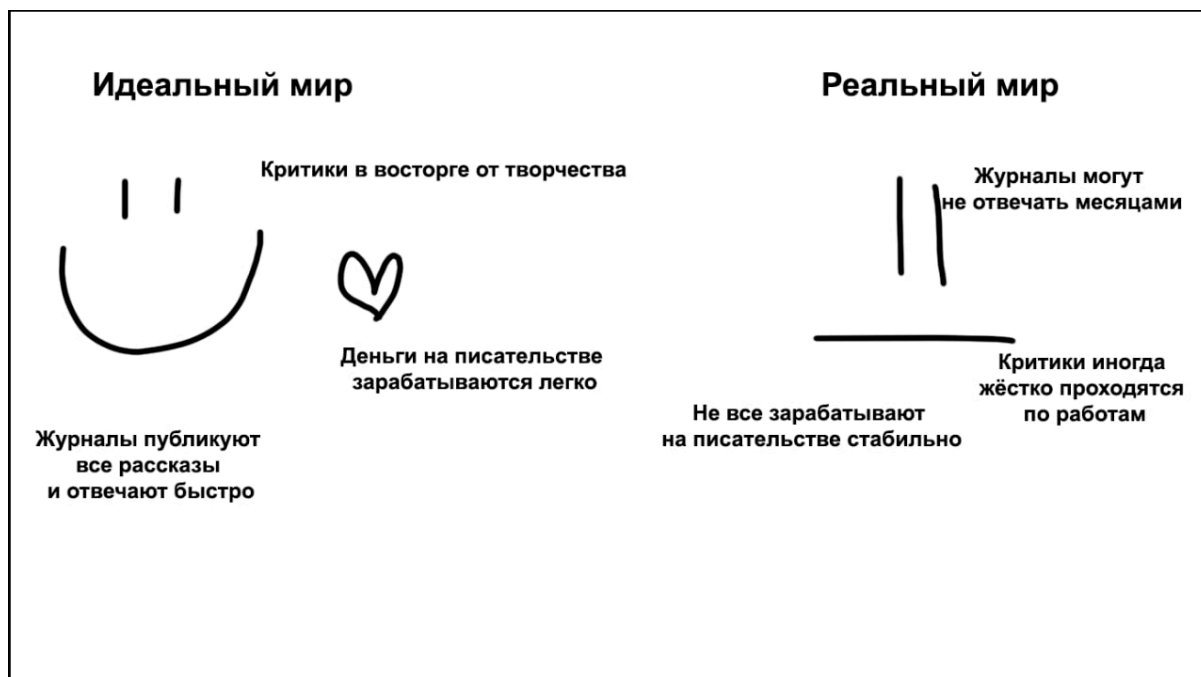
12. Ресайз для соцсетей

Чтобы наш журнал рос и развивался, мы ведем соцсети. Быстрее и проще сделать ресайз на статью автору, который только что её написал. Поэтому после статьи каждый автор делает 1–2 ресайза: [карточки с полезными советами](#), [короткий пост](#) или [подборка статей на похожую тему](#). Автор оформляет только текст и передает его главреду.

Что обязательно должно быть в интервью

Иллюстрации

Иллюстрации не нужно рисовать самому. Это делают дизайнеры. Ваша задача — отрисовать в Фотошопе, Фигме, Пэйнте или Канве саму идею. Вот пример:



А вот как выглядит эта иллюстрация после умелой руки дизайнера:



К иллюстрации должна быть информативная подпись. Вот пример:

Правила оформления черновика

[Шаблон черновика](#)

Иллюстрации. Все иллюстрации собираем на Гугл-диске или в другом хранилище с возможностью редактировать. Перед заголовком пишем «Картинки» и вставляем ссылку на изображения.

Фото героя. После ссылки на картинку вставляем фотографию героя для обложки. На фотографии герой должен смотреть в камеру, видны целиком плечи и голова. Однородный светлый фон и качественная фотография сократит время на подготовку обложки и обработку изображения.

Заголовок. Текст должен содержать заголовок из имени, фамилии героя и темы. Тема — главный тезис интервью, самая интересная или интригующая фраза, короткий совет. Обычно это одно предложение или фраза из 2–7 слов. Если заголовок длиннее, его придётся сократить.

Стили текста. Заголовки, подзаголовки и текст определяем стилями: Заголовок 1, Заголовок 2, Обычный текст. У всего интервью должен быть один шрифт, а у однородных элементов — единый стиль. Например, для Заголовка 2 нельзя использовать разные кегль, жирность, интерлиньяж, цвет и шрифт в разных местах текста.

Оформление цитат. Цитаты оформляем обычным текстом, но выделяем их жирностью и кеглем. Если в цитату вынесена прямая речь, берём её в правильные кавычки «».

Оформление ссылок и фактоидов. Если есть фактоиды и ссылки на полях, оформляем эту часть текста в двухколоночной таблице.

[Как оформить ссылки на полях](#)

Лид. Под заголовком пишем лид — связный текст из 2–3 предложений. В нём даём краткое содержание интервью, интересные тезисы и факты.

Вычитка статьи

Чтобы найти в статье ошибки, перечитайте её не менее 5 раз. Между подходами сделайте перерывы, чтобы отвлечься.

Профессиональные корректоры советуют подход от частного к общему:

1. Вычитать пословно — проверяем орфографические ошибки.
2. Проверить по предложениям — смотрим на запятые.
3. Прочитать статью целиком, отметить спорные формулировки, смысловые нестыковки.

В работе пользуемся только проверенными источниками:

- Справочником Лопатина,
- Мильчина и Чельцовой,
- Старостина и Гиляревского,
- Розенталя,
- Виноградова.

Также можно пользоваться сервисом «Грамота-ру» и напрямую задавать вопросы в чате профессиональных корректоров. Как задать вопрос в «Корректорате», прочитайте в описании группы.

[«Корректорат» — чат профессиональных корректоров](#)

Детали: правописание, пунктуация, формулировки

В штате редакции есть должность корректора. Это не означает, что автор может писать с ошибками. Если текст не соответствует редполитике и не проходит автоматическую проверку, например на Орфограммке, главред отправляет его автору на доработку.

Корректор ищет и исправляет пропущенные ошибки. Он не переписывает статью за автора.

[Орфограммка — сервис для проверки текста](#)

1. Обращение на «ты» и «вы»

В устной речи мы допускаем обращение на «ты». Например, когда рассказываем историю, пытаемся описать обстановку и эмоции. Особенно часто такое обращение встречается в советах и напутствиях.

В тексте статьи мы не допускаем «тыканья». К читателю можно только на «вы». Один из способов переформулировать предложение — рассказать историю от первого лица или вовсе избежать таких конструкций.

В значении уважительного обращения «вы», «ваш» и «вам» пишем со строчной буквы. Это не означает пренебрежительное отношение к человеку, но служит последовательности во всех статьях.

Нет

Когда ты впервые видишь перед собой такого крутого бизнесмена, дар речи пропадает. Стоишь, не знаешь, что сказать.

Если хочешь идти, — иди. Если хочешь забыть, — забудь.

Да

Когда мне нужно было представиться Илону Маску, я забыл своё имя.

Чтобы устроиться в компанию X, пройдите собеседование. Если условия работы покажутся подозрительными, не соглашайтесь на них.

Когда ты хочешь чему-то научиться, процесс обучения видится сложным, долгим и скучным.

Когда люди хотят чему-то научиться, процесс обучения видится им сложным, долгим и скучным.

2. Цитаты героев

В крупные цитаты выносим интересные слова героя из текста. Допускается пропускать слова, но нельзя менять их порядок или вставлять свои.

Желательно, чтобы крупная цитата не занимала больше трёх строк в десктопной версии статьи. Для этого её, возможно, придётся сократить, удалив междометия и другие лишние слова.

Иногда в цитату можно вынести слова героя, которых в тексте нет. Тогда абзац перед цитатой оформляем как слова автора и ставим двоеточие в конце.

3. Имена и фамилии

Чтобы назвать человека, используем сочетание имени и фамилии без сокращений. Всегда пишем полное имя. Исключение: герой просит называть его конкретной формой имени.

В рамках одного абзаца или вопроса допустимо повторить имя человека без фамилии.

Нет

Ильяхов

И. Голованова

справочник Розенталя

Ваня Петров

Анна Гневчинская (просит называть Анютой)

Да

Максим Ильяхов

Инна Голованова

Справочник Дитмара Розенталя

Иван Петров

Анюта Гневчинская

3. Название школы и бюро

Когда пишем про «школу» и «бюро», руководствуемся выдержкой из гайдлайнов бюро — во всех случаях в названии компании первая буква большая:

Бюро Горбунова,

Школа дизайнеров Бюро Горбунова,

Школа редакторов,

Школа бюро
Школы бюро
Коворкафе Бюро Горбунова,
Коворкафе.

Отдельные слова «бюро» и «школа» всегда пишем с маленькой буквы, независимо от того, имеется ли в виду любое бюро или именно наше. Слово «бюрошник» — тоже с маленькой.

Пишем «биржа Главреда».

5. Буква «ё»

Букву «ё» пишем всегда.

6. Условные названия

Названия сайтов, телеканалов, изданий, информагентств, рубрик, журналов, брендов, организаций, праздничных мероприятий пишем по-английски без кавычек. Например: Bonfire, The New York Times, The Rolling Stones, Hexlet, HTML5 Book.

Если первоначальное название компании пишется на русском, то пишем название в кавычках. Например:

Нет

Проверяю тексты на Главреде
Проверяю тексты на rlvrd.ru
Пользуюсь Главредом

РБК Тренды

Фестиваль нового дизайна СРЕДА

Нетфликс сняла новый сериал

Азбука вкуса

Палиндром

Горящая изба

Код и Кинжал

Да

Проверяю тексты на «Главреде»

Писал статьи для «РБК-тренды»

Фестиваль нового дизайна «Среда»
(не аббревиатура)

Netflix сняла новый сериал (в
значении компании)

«Азбука вкуса»

«Палиндром»

«Горящая изба»

«Код» и «Кинжал»

Редактор Тинькофф Помощи	Редактор «Тинькофф-помощи» (редакция)
В Тинькофф Журнале	В «Тинькофф-журнале»
В Тинькофф	В «Тинькофф»
В Т—Ж	В «Т—Ж»
Писала рассылки для Сбера	Писала рассылки для «Сбера» (компании)
Искал работу на Хедхантере	Искал работу на hh.ru (сайт)
Встретились в Коворкафе	Встретились в «Коворкафе»

7. Соцсети, мессенджеры, программы, приложения, шрифты

7.1

Названия ниженазванных мессенджеров, соцсетей, сервисов, программ и шрифтов пишем кириллицей с большой буквы без кавычек и сокращений. Аббревиатуру пишем заглавными буквами без кавычек, но при склонении окончание пишем со строчной:

Телеграм, но телеграм-канал	Тикток	Зум	Нетфликс (сервис)
Вотсап	Скайп	Сбер (приложение)	Трелло
Вайбер	Ютуб, но ютуб-канал	Фотошоп	Вордпрес
Фейсбук	Пинтерест	Фигма	Ворд
Твитер	Слак	Гугл (поисковик), но гуглил	Эксель
Инстаграм	ВК		Орфограммка
	Иллюстратор	Яндекс	

[«Вконтакте»](#) пишем в кавычках.

Если герой называет Телеграм «телегой», можно оставить название в таком виде. Однако, используя искаженные названия, всегда задавайте вопрос: «А поймёт ли вас читатель?»

Всё остальное пишем по-английски: ChatGPT, MidJourney, YandexGPT; Whois.

7.2

Если перед названием есть родовое слово, используем кавычки.

Исключение: названия шрифтов.

Нет

Редактор изображений Фотошоп

Для созвонов используем программу
Зум

Потоки инвестиции, семья (в Т—Ж)

Да

Редактор изображений «Фотошоп»

Для созвонов используем программу
«Зум»

Потоки «Инвестиции», «Семья» (в
«Т—Ж»)

7.3

Названия склоняем.

Нет

Работала в Тинькове

Покупала в ЦУМ

Увидел в посте ВК

Выложили ролик на Ютуб.
Выложили в Ютуб

Пообщались в Зум, Скайп

Работала в «Кто студент»

Да

Работала в «Т—Банке»

Покупала в «ЦУМе»

Увидел в посте в ВК

Выложили ролик на Ютубе.
Выложили в Ютубе

Пообщались в Зуме, Скайпе

Работала в «Кто студенте»

7.4

Пишем через дефис:

- названия из двух слов, если второе слово уточняет бренд или отвечает на вопрос «какой?»;
- если в оригинальном названии есть дефис.

Не ставим дефис:

- между названиями производителя и продукта, если название продукта часто используется самостоятельно;
- если второе слово не уточняет первое, а дополняет;
- между именем и фамилией или двумя именами.

Нет

Яндекс директ

Яндекс Директ

Яндекс.Директ

Тинькофф Помощь

Газпром медиа

Газпроммедиа

Репина брендинг

Взяли дизайнером в Азбуку-вкуса

Работала в Ктостуденте

Пришла в «Пейпер-плейнс»
как редактор

Корелдро

Роллс Ройс

Флешплеер

Да

Яндекс-директ

«Тинькофф-помощь»

Газпром-медиа

Репина-брендинг

Взяли дизайнером в «Азбуку вкуса»

Работала в «Кто студенте»

Пришла в «Пейпер плейнс»
как редактор

Программа «Корел-дро»

Роллс-Ройс

Флеш-плеер

7.5

Написание составных слов и названий:

тон-оф-войс

ноу-хау

файв-о-клок

«Фрэнк-бай-Баста»

8. Название профессий

Нет	Да
СММщик	эсэмэмщик
СММ-щик	SMM-специалист
Сммщик	специалист по SMM
SMM-щик	SMM-менеджер
SMMщик	
SEO-шник	сеошник
SEOшник	SEO-специалист
СЕОшник	специалист по SEO
СЕО-шник	SEO-технолог

9. Сокращения

Не сокращаем — всегда пишем полностью. Но ещё лучше избегать таких конструкций и не заканчивать ими предложение.

Нет	Да
и т. д.	и так далее
т. к.	так как
и т. п.	и тому подобное

10. Числа

10.1

Числительные от одного до семи пишем словами. От семи и больше — цифрами. Миллион, миллиард, тысяча — словами. Сотка, тридцатка, десятка и подобные — словами.

Римские цифры не используем никогда.

Нет	Да
5000 5,000 5 000 5 тысяч	Пять тысяч
Семь тысяч 7000	7 тысяч
625000 625 000	625 тысяч
триста	300
Пять тысяч триста 5,300	5300
Шесть тысяч два	6002
В школе была 5-ка по русскому языку	В школе была пятёрка по русскому языку
30-ка лучших студентов	Тридцатка лучших студентов

10. 2

Название валюты пишем словами:

Нет	Да
100₽	100 рублей
\$60	60 долларов
45 000 €	45 тысяч евро

10.3

Количественные числительные в косвенных падежах пишем словами.

Исключения, которые пишем цифрами: физические величины, даты, время, денежные единицы, потоки школы, дробные числа.

Нет	Да
5-дневный	Пятидневный
Седьмое апреля	7 апреля
В два с половиной раза	В 2,5 раза

10.4

Диапазон чисел в значении «или», «от и до» пишем всегда цифрами и разделяем коротким тире (Alt + 0150) без пробелов.

Нет	Да
Один-два	1–2 (один или два)
30 - 40	30–40 (от 30 до 40)
6—7	6–7

10.5

Падежное окончание в порядковых числительных наращиваем.

Окончание однобуквенное, если последней букве числительного предшествует гласный звук или мягкий знак:

Нет	Да
9-ый, 9-ой, 9-ая, 9-ое, 9-ые, 9-ым, 9-ом, 9-ых	9-й (девятый, девятой), 9-я (девятая), 9-е (девятое, девяты́е), 9-м (девятым, девятом), 9-х (девяты́х)

Окончание двухбуквенное, если последней букве числительного предшествует согласный:

Нет	Да
Студент 10-ого потока школы	Студент 10-го потока школы
Правила 56-ого года	Правила 56-го года

Среди 30-и лучших студентов

Среди 30-ти лучших студентов

Не наращиваем:

- в количественных числительных,
- в календарных числах.

Нет

Праздник состоится 20-го августа

Пришло 90-то человек

Да

Праздник состоится 20 августа

Пришло 90 человек

10.6

В числах целая часть от дробной отделяется только запятой. В дробях точка недопустима. Однако при обозначении версии продукта точку использовать можно:

Нет

40.5

В 2.5 раза

Версия Фотошопа 8,0

Да

40,5

В 2,5 раза

Версия Фотошопа 8.0

10.7

Собирательные числительные всегда пишем словами.

Нет

3-е дизайнеров

Созвон с 5-ми коллегами

Нашёл 4 героев

Да

Трое дизайнеров

Созвон с пятерыми коллегами

Нашёл четверых героев

11. Отдельные слова

Нет

Да

Оффлайн	офлайн
Хэштег	хештег
Кэшбэк	кешбэк
Скилл	скил
Софт скиллс	Софт-скилы
челленджи	челенджи
Телеграм-канал	телеграм-канал
бекграунд	бэкграунд
IT	ИТ
SMS	СМС
хэлп	хелп
миддл	мидл

Также: PHP, HTML, CSS, UX, UI

12. Тире и двоеточие

Тире заменяет слово «поэтому», «то есть».

Двоеточие заменяет «потому что», «а именно».

Иногда тире имеет дополнительный смысловой нюанс. Если сомневаетесь в его необходимости, посоветуйтесь с автором.

Нет

Неформальное образование более гибкое, чем формальное — здесь не нужно действовать по протоколу.

Да

Неформальное образование более гибкое, чем формальное: здесь не нужно действовать по протоколу.

13. Прямая речь и цитаты

Если предложение начинается речью автора, после этого идёт прямая речь, — ставим двоеточие, открываем кавычки и пишем с прописной.

Если прямая речь стоит в конце предложения и заканчивается вопросительным или восклицательным знаком, — точку после кавычек не ставим.

Основываемся на правилах, изложенных в справочнике А. Мильчина, раздел 8.

Нет

Знакомая, которая читала мой блог, написала: «Ищем копирайтера в продюсерский центр».

Знакомая, которая читала мой блог, написала: «Ищем копирайтера в продюсерский центр. Хочешь попробовать?». Я согласилась.

Да

Знакомая, которая читала мой блог, написала: «Ищем копирайтера в продюсерский центр».

Знакомая, которая читала мой блог, написала: «Ищем копирайтера в продюсерский центр. Хочешь попробовать?» Я согласилась.

14. Как оформлять списки

Нумерованные и маркированные списки оформляем буллитами. Главред сам оформит список правильно при вёрстке. Делайте вот так:

направления превышают доходы от рекламы.

Если подытожить: как «Клерк» стал площадкой номер один для бухгалтеров?

Залог успеха:

- много правильных разноплановых активностей;
- общение со своей целевой аудиторией для понимания их проблем;
- реклама;
- социальность;
- качественный контент.

Растет ли ваш трафик и откуда берёте аудиторию?

15. Формулировки

Мы не придерживаемся официоза, но и не угараем вместе с читателями. Поэтому по возможности избегаем подобных формулировок:

Нет

Подкинула совет

Набросала идеи

Да

Посоветовала

Сгенерировала идеи, предложила идеи

