

Безплатното ръководство

Как се пише блог статия?

Димитър Николов

Съдържание

За ваше улеснение, ето какво и къде ще намерите...

Въведение страница 2

Различните етапи на писането на блог статии страница 3

**Или въведение в писането на статии за блогове*

Етап 1: Търсене и събиране на информация страница 5

Етап 2: Създаване на заглавие страница 7

Етап 3: Самото писане страница 9

Етап 4: Подбор на изображение страница 13

Няколко думи за завършек страница 16

* Чувствайте се свободни да разпространявате безплатно тази е-книга където пожелаете.

Благодаря на всеки, който отдели време да я прочете и да осмисли казаното в нея.

Здравейте!

Благодаря, че свалихте моето ръководство за писане на блог статии. Позволете ми да се представя...

Казвам се Димитър Николов. Живея в София и работя като консултант по интернет маркетинг.

Блогването е моето хоби от три години. Още първият блог (LiewCF.com), който видях, ми привлече вниманието и си обещах, че и аз ще управлявам такъв уебсайт. В началото бе наистина трудно да разбера концепцията на блогването, но след около един топ принтирани и изчетени статии и няколко дребни опита за блогове, всичко придоби смисъл.



Вече, със значително количество опит и познати в блогосферата, пиша в Креативен.ком и Маркетинг буркан.

Защо написах това кратко и безплатно ръководство?

Още на 1 януари 2009 година, сядайки следобяд на компютъра и влизайки в Креативен.ком, си казах, че нямам достатъчно систематизирани статии, които да помогнат на новаторите в блогосферата да развиват своите блогове.

Затова реших да създам не една статия, не серия от статии, не една страница в блога ми, а едно ръководство на български език в .pdf формат, което всеки може да сподели със своите читатели.

Различните етапи на писането

Търсене на подобни материали, събиране на информация, създаване на заглавие, писане на съдържание, подбор на изображение

Списъкът на действия, описан горе, изглежда плашещо голям на пръв поглед. Но след малко практика и десет-двадесет написани статии, целият процес на писане става бърз и неусетен.

Нека обясня за какво служи всеки етап:

1. Търсене на материали и събиране на информация

Добре е да знаете какви материали по вашата тема посетителите са привикнали да четат – дълги или кратки, подробни или лаконични, информативни или забавляващи?

Най-лесният начин това да се случи е да разгледате подобни статии, тоест статиите на вашите колеги блогъри. Кой знае, може да намерите и някоя интересна гледна точка или повече информация за споделяне от другите статии.

2. Създаване на заглавие

Заглавието е частта от вашата статия, която да накара посетителят да я прочете. Без атрактивно и информативно заглавие, което да му подсказва за какво става въпрос в текста по-надолу, той едва ли ще похарчи своето време, за да разбере сам.

Запомнете това: посетителите са мързеливи и не желаят да осмислят една статия. Дори аз или вие сме такива, когато четем статии в други блогове.

По-късно ще ви науча как да пишете качествени блог заглавия.

3. Писане на съдържанието

Това е моментът, когато вашите знания и писателски умения заблестяват (в добра или в лоша светлина) пред читателите.

Има много съвети и трикове, най-полезните от които ще споделя. Но най-добрият учител в случая е опитът. Позволете му да ви научи.

4. Подбор на изображение

Изображенията са важна част от визуалния изглед на вашия блог. Когато са добре подбрани, могат да привлекат вниманието на посетителите и да им дадат малка идея за статията, която илюстрират. Защо и вие да не се възползвате от това?

Писането на статии е умение както шофирането – колкото повече опит в него има човек, толкова по-добър е. Затова, за да се научи, трябва да черпи опит от останалите, които знаят повече.

В това ръководство няма просто да раздавам съвети. Ще показвам примери – примери на добре написани статии, на красиви статии, на популярни статии. Моля, не пестете усилия в разглеждането им, тъй като те са по-полезни от всеки възможен съвет.

Нека да започваме...

Етап 1:

Търсене и събиране на информация

Всичко за източниците на информация и мнения, които да ви помогнат при писането на статии

Не разчитайте на паметта, когато пишете за факти, събития, личности. Винаги има достоверни източници на информация, които да ви помогнат с точността.

Търсенето и събирането на информация е особено полезно, ако сте новатор блогър, защото ще разглеждате как останалите пишат своите статии на същата тема.

Намиране на подобни на вашия блогове

Списък с основни източници на линкове към български блогове:

- Google.bg – Никога не подценявайте доброто старо търсене за „бизнес блог” и всяка друга ключова дума, която ви е на ум.
- Svejo.net и Dao.bg – Мрежите за споделяне и гласуване на линкове са основно свърталище на българските блогъри.
- Блог директория BG Logs – Блогове, внимателно категоризирани и одобрени от модератор. Какво повече му трябва на човек?
- Блог класация TopBlogLog – Българските блогове, класирани според данни от Technorati.

- [Блогосфера на Дневник](#) – Агрегатор на подбрани български блогове, които редовно споделят качествено съдържание.
- [Blogtree](#) – Още един бг блог агрегатор.

Как да търсите и събирате информация от горните източници?

Нека кажем, че имате блог за политика и пишете статия за некадърността на тройната коалиция през 2008 година.

Вие вече имате идея и знаете какво да пишете, но ще пишете по-компетентно след като видите как го правят останалите.

Затова зареждате един от източниците на блогове и в търсачката пишете ключовите думи, описващи статията, която пишете в момента. В нашия случай – „тройната коалиция”, „станишев”, „доган”, „симеон” и т.н.

Когато намерите правилната блог статия, ето за какво да внимавате:

- Интересни чужди мнения
- Факти и цитати от сигурни източници
- Тонът и начинът, по който останалите пишат по темата (без да го копирате и имитирате, защото вашата статия се очаква да има собствен стил)
- Снимките и изображенията, които използват за илюстриране на думите
- Стил на заглавията („Топ 10 издънки на тройната коалиция” или „Катастрофалното управление на тройната коалиция” или „До какво доведе управлението на тройната коалиция?” – *разликата между тези три заглавия е голяма*)

Вижте какво правят останалите и го използвайте, за да допълни вашия стил и тон на изказване.

Етап 2:

Създаване на заглавие

Първата част от една статия, която виждат посетителите, е винаги заглавието. Според него решават дали ще я четат, или не.

Отделям най-много време на заглавията. Опитвам се да ги направя четими, информативни и привличащи вниманието. В следващите няколко параграфа ще ви науча това, което знам за качествените заглавия от години блогване.

Формула за убийствено секси заглавия

Гледайте на заглавието като на един модел в реклама. Ако момичето не е достатъчно секси, едва ли ще привлече внимание към продукта. Ако думите не са достатъчно добре подбрани, статията няма да бъде прочетена.

Забележете тези няколко заглавия:

- [Митове за вегетарианството](#)
- [Фитнес размисли и страсти](#)
- [Суперблог](#)
- [Топ 100 на българските блогове](#)
- [SEO на достъпен език](#)

- 9 вредни навика, които трябва да спрем веднага
- 10 начина да опростиш стартиращия си бизнес
- В каква фаза на махмурлука сте?
- Дяволски доброто ръководство за използване на изображения в блог

Забелязахте ли нещо общо? Имаше ли едно заглавие, което да не дава яснота за своята статия? Ако бяха разпръснати сред други заглавия, нямаше ли да привлекат вниманието ви?

Ето каква е формулата за убийствено секси заглавия. Част от нея се крие във всяко едно от горните.

- **Краткост** – Премахнете излишните думи, които нямат значителна роля.
- **Точност** – Трябва да стане ясно какво има в статията под заглавието. Загатнатите заглавия, които понякога използват вестниците, не са добра тактика в интернет.
- **Ключови думи** – Има определени думи като „Топ”, „Как да”, „Как се”, „Как не се”, които вършат чудеса с привличането на внимание. Използвайте ги.

Разнообразявайте заглавията на различните статии във вашия блог. За едната направете списък (10 начина да...), за другата задайте въпрос, за третата направете класация (топ 10 на...), за третата преувеличете (Дяволски доброто...).

Доброто заглавие предизвиква *личностен интерес*. “Как да пишем по-добри статии?”, “Начини да подобрим статиите си”, “Топ 5 съвета за писане на статии” - всеки един вариант ви заинтригува как да пишете харесвани статии, които привличат вниманието. Логичното продължение на събитията е да кликнете и да прочетете всичко.

Етап 3:

Самото писане

Благодарение на доброто заглавие сте накарали посетителя да чете вашата статия. Дали той ще остане доволен, след като я прочете? Ако е така, той ще иска още статии за четене.

Това е основната идея на блог маркетинга и блог писането.

Самото съдържание

Смисълът на всяка статия е да сподели информация. Всяка ваша статия трябва да има своя цел, или свой смисъл - това, с което тя ще бъде полезна на читателите. Следващата ви задача е да измислите как да я формулирате.

Избягвайте излишни думи и изречения. Концентрирайте вниманието на читателя над съдържанието и смисъла на една статия, вместо да го разсейвате и отегчавате с отклонения. Проучвания са доказали, че думи като “и така”, “точно като”, “нали” са безсмислени в главата на четящия.

Всеки може да обобщава информация онлайн. Лесно е. Всеки може да превежда новини, или чужди статии, да споделя чужди изображения с надеждата, че ще се харесат. Но не това е целта на блогването. Почти никой от популярните блогъри не обобщава информация. Напротив, провъзгласен е от своите читатели за експерт в своята ниша, защото пише от собствения си опит и изразява собствената си уникалност.

Замислете се над това: *защо читателите да следят вашия блог, ако друг предлага повече?*

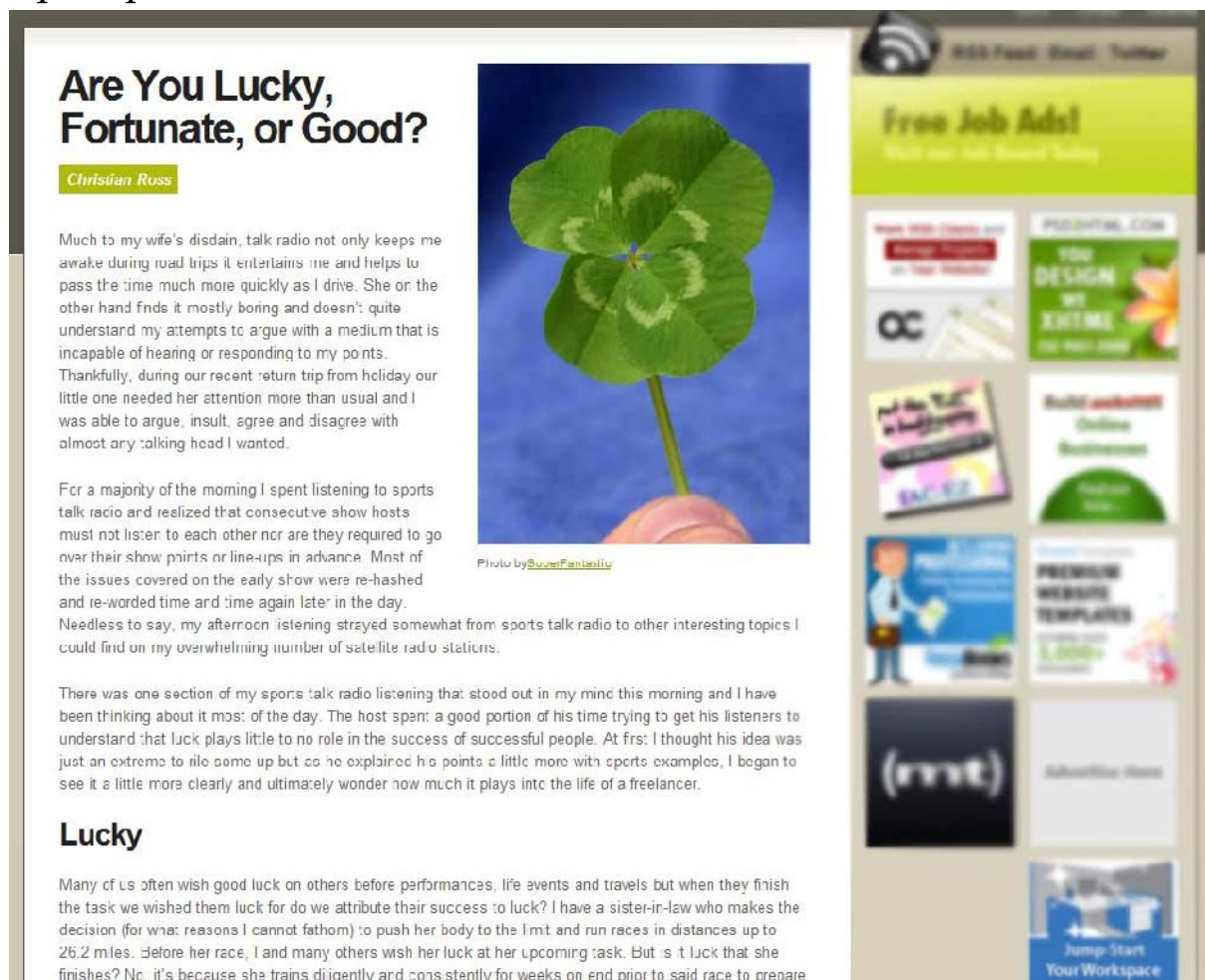
Как изглежда добрата статия?

Читателите първо търсят важното. След като един посетител хареса заглавието, той *сканира текста*. Търси важната информация. И когато я намери много по-лесно, той е склонен да прочете внимателно всяка дума на автора. Затова **отделете най-ценната информация** във всяка ваша статия. За целта можете да използвате дебел, наклонен, или подчертан текст, каквито начини често използвам аз.

Но за да отделите важната информация от останалата част от текста, трябва първо да я определите. Обикновено това са *опорните точки на всяка статия*. Затова фразата “отделете най-ценната информация” от горния параграф е в дебел шрифт. Защото тя определя с три думи за какво става въпрос в заобикалящите я изречения.

В следващите страници съм предоставил примери за добре оформено съдържание. Чувствайте се свободни да ги разгледате.

Пример 1:



Are You Lucky, Fortunate, or Good?

Christian Ross

Much to my wife's disdain, talk radio not only keeps me awake during road trips it entertains me and helps to pass the time much more quickly as I drive. She on the other hand finds it mostly boring and doesn't quite understand my attempts to argue with a medium that is incapable of hearing or responding to my points. Thankfully, during our recent return trip from holiday our little one needed her attention more than usual and I was able to argue, insult, agree and disagree with almost any talking head I wanted.

For a majority of the morning I spent listening to sports talk radio and realized that consecutive show hosts must not listen to each other nor are they required to go over their show points or line-ups in advance. Most of the issues covered on the early show were re-hashed and re-worked time and time again later in the day. Needless to say, my afternoon listening strayed somewhat from sports talk radio to other interesting topics I could find on my overwhelming number of satellite radio stations.

There was one section of my sports talk radio listening that stood out in my mind this morning and I have been thinking about it most of the day. The host spent a good portion of his time trying to get his listeners to understand that luck plays little to no role in the success of successful people. At first I thought his idea was just an extreme to rile some up but as he explained his points a little more with sports examples, I began to see it a little more clearly and ultimately wonder how much it plays into the life of a freelancer.

Lucky

Many of us often wish good luck on others before performances, life events and travels but when they finish the task we wished them luck for do we attribute their success to luck? I have a sister-in-law who makes the decision (for what reasons I cannot fathom) to push her body to the limit and run races in distances up to 26.2 miles. Before her race, I and many others wish her luck at her upcoming task. But is it luck that she finishes? No, it's because she trains diligently and consistently for weeks on end prior to said race to prepare

Най-популярният блог за фрийлансъри [Freelance Switch](#) използват големи и внимателно обмислени заглавия, кратки параграфи и отличаващи се подзаглавия, за да форматират своя текст.

Имайте предвид, че интернет читателите не обичат дълги текстове.

Нека важната информация във вашата статия се отличава. Използвайте по-голям шрифт, различен цвят, списъци и номерирани списъци, за да я направите много по-лесна за четене.

Не се притеснявайте да слагате големи заглавия и контрастиращи цветове. Това само ще се хареса на читателите, защото ще могат по-бързо да усвоят предоставената от вас информация.

Пример2:

Taming Your Email: Audio Tips on Finding Inbox Zen

Post written by [Leo Babauta](#). Follow me on [Twitter](#).

I'd like to share with all of you the second in a series of four free audio tips podcasts that are being made available this week on [ThePowerofLess.com](#):

Taming Email: Getting to Inbox Zen

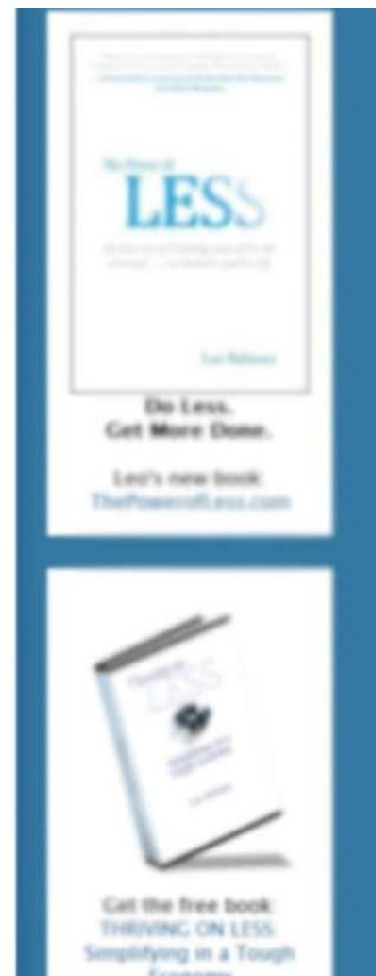
This podcast can be played on your computer, iPod or other media device. The podcast talks about:

- Why email is a great tool, but results in us doing more and more than ever before.
- Why you should control email instead of vice versa, and why the world won't and if you don't check email.
- Strategies for reducing the flow of emails.
- Strategies for handling the emails that do get to you after you reduce the flow.

Feel free to share it on your blog, via email, on forums, in social media, or however you like! (Click on the "Tell-a-friend" button on the page.)

One other audio podcast tips has been released and two more will be released this week related to The Power of Less:

1. Office Zen: How to Focus on One Task at a Time.
2. Setting and achieving goals.



Лео от [ZenHabits.net](#) е известен сред блогърите с писането на кратки, информативни и полезни статии, използвайки списъци и номерирани списъци. Всяка негова статия се чете буквално за няколко минути и винаги се разбира целта, с която я е написал.

Етап 4:

Подбор на изображение

Илюстрирайте статията със снимка, която да подобри визуалното преживяване на посетителите.

Изображенията са важна част от визуалния изглед на вашия блог. Когато са добре подбрани, могат да привлекат вниманието на посетителите и да им дадат малка идея за статията, която илюстрират. Защо и вие да не се възползвате от това?

Истинската причина да използвате изображения

Блогът ви изглежда добре и читателското внимание се привлича. Казах го вече. Позволете ми да обясня по-подробно.

Повечето посетители сканират съдържанието. Включително аз и вие. През времето, прекарано в интернет, те се сблъскват с големи количества информация, което ги кара да разглеждат само откъси от текстовете, на които попаднат.

Внимателно подбрана снимка и добре структурирана информация правят една статия златна за читателите.

Илюстриращите изображения помагат на посетителите да разградят по-лесно информацията, която им предоставяте. Когато са правилно подбрани, естествено. Плюсоевете са не само за визуалния изглед, но

за използваемостта на вашия блог. Шансовете да привлечете внимание, което ще доведе до прочитане на статията, се повишават значително.

Размерът има значение

Хоризонтални или вертикални изображения? Хоризонталните (по-широките, отколкото високи) стоят най-добре под заглавието на статия, защото така не се разчупва на две текстовото ѝ съдържание. Вертикалните (или по-високите, отколкото широки) обикновено се подравняват вдясно на текста, защото читателското око очаква той да бъде вляво. Илюстрират страхотно списъци от текст, както в [тази статия](#).

Оптималният размер за хоризонтални изображения = размера на полето за текст. Като пример: Широчината на една статия в [Креативен.ком](#) е 468 пиксела, колкото един стандартен уеб банер. Оптималната широчина на илюстрациите би била 468 пиксела. Вертикалните изображения не трябва да бъдат прекалено дълги.

В края на тази статия съм публикувал снимки с линкове към няколко примера. Чувствайте се свободни да ги разгледате!

Откъде да намеря красиви изображения?

Номер едно в списъка ви би трябвало да бъде [Flickr.com](#). След малко търсене ще намерите наистина креативни и красиви снимки, които да използвате като илюстрации към статиите ви. Повечето творби в сайта са публикувани под Creative Commons лиценз, което означава, че трябва да поставите линк към автора им.

Има десетки други качествени сайтове за stock снимки като [stock.xchng](#), [stockvault.net](#) и [everystockphoto.com](#), които да допълнят възможностите за избор. За моите блогове и сайтове използвам платена stock фотография от [stockxpert.com](#). Ако сте готови да влагате от \$10 до \$30 месечно в платени снимки, наистина ги препоръчвам. Друг страхотен уебсайт за платена stock фотография е [Dreamstime.com](#). Снимките в по-голям размер ще ви струват по-евтино в сравнение с първия платен уебсайт.

Пример:

The screenshot shows the Copyblogger website layout. At the top, the site name 'copyblogger' is prominently displayed. The main article is '47 Ways Copyblogger Can Help You Keep Your New Year's Resolutions' by Sonia Simone, featuring a large 3D '2009' graphic. The left sidebar contains a 'copywriting tips for online marketing success' banner, a 'subscribe' button with a '46972 readers' badge, and an 'email updates' form. The right sidebar includes a 'How smart is your WordPress theme?' banner for 'THEMIS', a '+partnering PROFITS let's make a deal...' banner, a 'Lateral Action' banner, and a 'popular articles' section listing various posts with their respective view counts.

Copyblogger.com използват внимателно оразмерени снимки като допълнение към статиите.

Снимките са както хоризонтално подредени, така и вертикално подредени, в зависимост от статията, КОЯТО илюстрират.

This screenshot shows another article on Copyblogger: 'How to Use Twitter to Grow Your Business' by Michael Stelzner. The layout is consistent with the previous screenshot, featuring the same sidebar and a main content area with a large blue Twitter bird graphic. The right sidebar contains the same promotional banners and a 'popular articles' section.

Няколко думи за завършек

Какво още трябва да знаете за писането на статии за блог?

Искам да ви благодаря, че отделихте време да прочетете това безплатно ръководство за писане на блог статии. Още подобни съвети (не само за писането) можете да намерите в моя блог Креативен.ком.

Ако сте новатор в блогването, първите статии ще ви се сторят трудни за писане. Но въпреки това съм сигурен, че ще пишете с голям ентузиазъм и голямо желание. Постарайте се да запазите тези чувства възможно най-дълго.

Днешната блогосфера е основана изцяло на *споделянето*. Затова усетите ли истинския ѝ дух, пишете ли с желание, постепенно ще натрупате посетители, които да четат и коментират вашите статии.

Най-посещаваните блогове в интернет съществуват от години, преди да стават такива. Затова с търпение и желание и вие ще можете да изградите такъв.

Запомнете, че блогът е много повече от едно място за изява. Блогът е едно общество, един нов начин на общуване, който придоби страшна популярност малко след създаването си. Причините са, че всеки може да има свой журнал, равноправен на медия, където да споделя мнения и мисли.

И понеже повечето интернет потребители вече го правят, важно е вашият блог да бъде уникален. Винаги бъдете себе си и посетителите ви ще го оценят. Желая ви успехи!