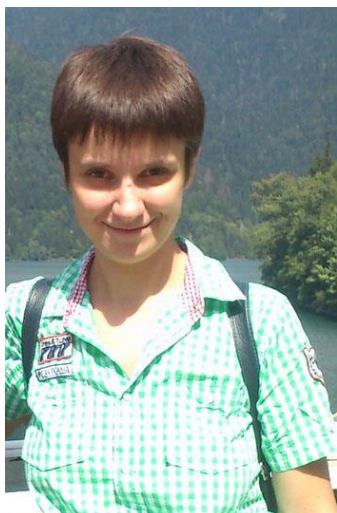


Юлия Волкодав

**Copyright © 2013. Юлия Волкодав. Все права защищены. ИП Абросимова
Юлия Александровна. ОГРН 310301502500049**

Об авторе и книге



Здравствуйтесь, уважаемые читатели!

Меня зовут Юлия Волкодав. Солидного вступления с перечислением длинного списка наград и регалий не будет. На самом деле мне всего 27 лет, из которых я пишу...лет двадцать точно! На профессиональной основе занимаюсь этим лет семь. Я копирайтер, занимаюсь преимущественно написанием статей и рекламных текстов для Интернета, а также обучающих пособий, иногда веду тренинги по копирайтингу и писательскому мастерству. Мои студенты говорят, что у меня получается легко объяснять сложные вещи.

Поэтому, если вам кажется, что писать статьи сложно, я постараюсь убедить вас в обратном.

В этой книге вы найдете практические советы и немного незанудной теории о том, как пишутся статьи. С чего начать статью и чем закончить? Как написать интервью и обзор? На какие темы писать легче и веселее? А в конце книги вас ждут готовые схемы для создания текстов.

Эта книга будет полезна всем, кто хочет научиться писать статьи – для своего сайта или блога, в газеты и журналы, на продажу и на заказ. Моя главная задача – убедить вас, что писать статьи интересно и совсем не сложно. Нужно только захотеть!

Приятного и полезного чтения!

Юлия Волкодав



Глава 1. Для чего мы пишем статьи?

У каждого читателя этой книги свой ответ на данный вопрос. Ведь для чего-то же вы ее скачали? Возможно, вам нужно наполнить свой сайт или блог статьями. А может быть, вы хотите написать статью в журнал или газету. Или вы хотите сделать написание статей на заказ своим постоянным заработком, почему бы и нет? А еще мы самовыражаемся с помощью текста, занимаемся творчеством и с пользой проводим время. Надеюсь, вы скоро убедитесь, что писать статьи очень интересно и приятно.

Прежде, чем мы перейдем к созданию статей, нам с вами нужно задать себе несколько вопросов.

Качество статьи, которая в итоге выйдет из-под вашего пера (или клавиатуры) во многом зависит от качества вопросов, которые вы себе зададите прежде, чем начать писать. О чем же вы должны спросить себя?

1. Для какого издания мы пишем?

Иначе говоря, какая перед нами будет аудитория? Если мы пишем для журнала «Крестьянка», то наша статья должна быть написана в стиле «между нами, девочками», с доверительной интонацией в дружелюбном тоне. А вот если мы пишем для журнала «Сноб», то можем позволить себе иронию, сарказм, едкие выражения и некоторое снисхождение к читателю.

Постарайтесь представить себе своего будущего читателя. Понятие «целевая аудитория» - очень расплывчатое, вы сразу представляете себе безликую массу. Поэтому лучше представить себе одного человека, типичного читателя этого издания.

Обратите внимание, издание может быть оффлайновым (привычная газета или журнал) или он-лайновым (его электронная версия, либо самостоятельное издание, сайт или блог). У он-лайновых текстов есть свои особенности. Как правило, для Интернета чаще пишутся прикладные тексты (полезные советы, инструкции и рецепты, как что-либо сделать, приготовить, смастерить, на чем-нибудь сэкономить и т.д.). Статьи-исследования, обзоры и рецензии тут тоже встречаются, но реже.

Оптимальными по размеру для Интернета считаются короткие статьи (3000 символов), разделенные на небольшие абзацы. Это связано с одной стороны с тем, что поисковые роботы не индексируют больше полутора тысяч символов, а статьи часто пишутся именно для поискового продвижения. С другой стороны, считается, что в Интернете читателя слишком много всего

отвлекает, он не может сосредоточиться на большом материале, глубокой статье. Поэтому серьезные тексты остаются уделом специализированных изданий. Хочется надеяться, что эта тенденция скоро пройдет. В любом случае, уважаемый читатель, это не значит, что если вы пишете для Интернета, вам нужно упрощать свои тексты и сводить их к примитивным заметкам о том, как сварить борщ.

2. От какого лица мы пишем?

Статья может быть написана от первого, второго или третьего лица. Статьи от первого лица чаще пишутся для блогов: «Я хотела бы с вами поделиться...». От второго лица удобно писать инструкции, наставительные статьи: «Вы должны сделать то-то и то-то... После этого вы берете...» и т.д. Чаще всего статьи пишутся от третьего лица: «Мы рекомендуем вам...».

От какого лица писать? Практика показывает, что от первого лица писать легче, к тому же, такие тексты получаются более яркими и интересными, в них вы не стесняетесь выражать свои чувства и мысли. Однако многие издания повествование от первого лица не приветствуют. Поэтому заранее познакомьтесь со статьями других авторов того журнала, газеты или сайта, где вы планируете опубликовать статью. Вы сразу поймете, в каком стиле лучше писать и от какого лица вести беседу с читателем.

Ну а если вы пишете для своего сайта, пишите от первого лица. Очень часто авторы стараются показать значимость своего проекта, скрываясь за безликим «мы». «Мы» - это уже несколько человек, это команда, это солидно, кажется таким авторам. Если у вас сайт фирмы, предприятия, возможно, «мы» и будет уместно. Но всегда лучше, чтобы с читателями на сайте общался конкретный человек. В любой команде может быть «я» - например, человек, ответственный за ведение сайта, редактор колонки. У него тоже есть имя и фамилия, у него может быть свое мнение, которое читателям интересно!

3. Главная мысль вашей статьи?

Одна статья – одна мысль, которую вы хотите донести до читателей. Очень часто начинающие авторы ставят перед собой глобальные задачи, например, написать о проблеме лишнего веса. Но это очень широкая тема, на которую написано множество книг, создано обучающих курсов, тренингов и научных исследований. В рамках одной статьи вы не сможете достаточно глубоко изложить материал, и текст получится поверхностным. Гораздо лучше взять узкий аспект вашей темы, например: «Как кофе помогает похудеть?» или

«Кефирная диета для страдающих лишним весом?». Чем конкретнее и уже тема, тем легче ее раскрыть. И тем интереснее будет читателю.

Заранее определите главную мысль вашей статьи, главную идею. Всего одну! И только потом садитесь за текст.



Глава 2. Из чего состоит статья?

Статья состоит из четырех структурных элементов, каждому из которых мы с вами должны уделить внимание: заголовок, первый абзац (лид), основная часть и заключение.

Казалось бы, нужно начать с заголовка. Но я предлагаю вам как раз составление заголовка оставить напоследок. Конечно, если вы уже знаете, о чем будете писать, и видите, как озаглавить статью, это отлично! Но, как правило, именно с заголовками возникает больше всего проблем.

Начинающий автор сидит над белым листком и мучается, не в силах придумать заглавие к еще ненаписанному тексту. Не переживайте, когда текст будет написан, подобрать к нему заголовок будет гораздо проще!

Начнем мы с первого абзаца. Это очень важная часть статьи, потому что от того, насколько интересным покажется лид читателю, он решит, продолжать ли знакомство с вашим творением. Поэтому старайтесь не начинать вашу статью долгим вступлением со времен основания Москвы. Еще хуже, когда текст начинается шаблонной фразой: «С незапамятных времен человечество...» или «В наше нелегкое время мы все чаще...». Избегайте ненужных клише! Сразу начинайте с того, о чем хотите сказать: «Невероятно, но вы действительно можете похудеть с помощью кофе! Всего одна чашка в день избавит вас от 3 килограммов за неделю!».

Самый главный, сенсационный факт вы уже сообщили. Теперь читатель хочет узнать подробности, которые вы и раскроете в своей статье!

Теперь погорим о заключительном абзаце. Все мы со школьных времен помним, что любой текст нужно заканчивать выводом. Возможно, даже знаем несколько шаблонных фраз для таких случаев: «Таки образом...», «Подводя итог...», «В заключении...» и т.д. Но это не лучший способ закончить вашу статью. Если вы начнете перечислять основные выводы, сделанные в тексте, еще и в конце, читатель просто уснет. Он читает вашу статью, а не параграф в учебнике. Это в учебниках в конце текста даются

краткие выводы, чтобы студенты запомнили хоть что-нибудь. Читателю такое повторение не требуется.

Статью можно закончить добрыми пожеланиями читателю. Например: «Пейте кофе и худейте на здоровье!». Можно закончить статью цитатой известного человека, подходящей по смыслу к вашей статье: «Как говорила великая Коко Шанель, ...». Иногда никаких ухищрений и не требуется, вы сами чувствуете, что все сказали, тема раскрыта и можно просто поставить точку.

Обратите внимание, здороваться и прощаться с читателем в тексте совершенно не обязательно! Даже если вы пишете для своего блога!

Что касается основного текста, тут сложно давать общие рекомендации. Если вы пишете репортаж, вы будете излагать события в хронологическом порядке. Если у вас инструкция, как провести чайную церемонию, вы будете описывать действия по шагам. Если сравнение новых моделей смартфонов, вы будете последовательно сравнивать их по разным основаниям. Но в любом случае старайтесь делить текст на короткие смысловые абзацы по 4-5 предложений. Если текст достаточно большой, его стоит поделить и на смысловые части с подзаголовками, каждая из которых будет содержать 2-3 абзаца.

Когда мы разобрались с основным текстом, пришло время подумать и о заголовке. Возможно, вы его уже придумали, пока писали статью. Нет? Тогда давайте воспользуемся несколькими готовыми макетами.

1. Заголовок-вопрос

Читатели любят, когда им задают вопросы. Хотя на самом деле вопрос чаще всего автор адресует сам себе и сам же на него в тексте отвечает. Но читатель все равно невольно задерживает взгляд на таких заголовках.

Заголовок-вопрос может начинаться со слов «Как...?», «Где...?», «Кто...?» и т.д. Например: «Как приготовить утку по-пекински?», «Где водятся самые большие фазаны?», «Кто придумал утюг?».

Заголовок можно сделать и более точным, добавив слово «без»: «Как похудеть без диет?», «Как построить дом без единого гвоздя?». С помощью слова «без» можно конкретизировать слишком общие заголовки.

2. Заголовки с цифрами

Еще один вид простых прикладных заголовков. Например: «5 способов изменить мир», «7 вещей, которые нужно взять с собой на Кипр».

Такие заголовки еще и здорово вас дисциплинируют, они как бы подсказывают структуру будущей статьи.

3. Заголовки-факты

Хорошо подходят для новостей и заметок. В заголовке вы озвучиваете главное событие, о котором собираетесь писать, либо даете факт из статьи, основную мысль. Например: «Минздрав нас обманывает!» или «Пугачева разводится с Галкиным».

Самая частая ошибка при составлении заголовка – делать его слишком общим, неопределенным. Например, заголовок «Как похудеть?» - слишком общий. Читателю заранее скучно, он, не читав наш текст, уже думает, что вы будете говорить о том, что нужно закрыть рот и делать зарядку. А вот заголовок «Как похудеть без диет?» уже гораздо конкретнее. Ну а заголовок «Как похудеть, лопаая все подряд?» будет иметь просто сумасшедший успех!

Другая ошибка - давать статье название как параграфу в учебнике.

Например: «Виды декоративных собак» или «Выращивание томатов в условиях крайнего севера». Такие заголовки не привлекают внимания, они нам всем надоели еще со школьных лет, мы совсем не хотим читать еще пару страниц из учебника.

Присматривайтесь к чужим заголовкам, коллекционируйте их! Можно завести блокнот или файл на компьютере, куда вы будете записывать удачные или понравившиеся вам заголовки других авторов. При необходимости или отсутствии вдохновения вы всегда сможете туда заглянуть, поменять в чужом заголовке несколько слов и озаглавить свою статью!



Глава 3. Выбор темы для статьи

Мы с вами получили общее представление о том, что такое статьи и как они пишутся, пора переходить к практике. С чего же начинается работа над статьей? Конечно, с выбора темы! О чем вы собираетесь писать?

Хорошо, если вы ничем не ограничены и можете написать о том, о чем душа пожелает. Такой простор для творчества есть у авторов, продающих свои готовые статьи в Интернете, у внештатных корреспондентов оффлайновых изданий. С одной стороны, эти счастливые люди не ограничены рамками задания редакции или заказчика, им не нужно вникать в совершенно

неинтересную им тему. С другой стороны, когда мы сами выбираем тему для статьи, на наши плечи ложится и ответственность за ее дальнейшую судьбу. Если редактор дает нам задание написать отчет об удое в колхозе «Красная Заря», мы можем не сомневаться, что готовая статья будет напечатана. А вот если тему выбираем мы сами, нам еще предстоит ее продать или пристроить куда-либо.

Поэтому всегда есть востребованные темы и темы непопулярные. Очень многое зависит от формата издания, для которого вы пишете. В дикой молодости я работала внештатным корреспондентом региональной газеты «Волга». Для меня и двух моих коллег был выделена отдельная рубрика «Мы молодые», занимавшая целый лист в пятничном номере. Это довольно много, поэтому каждый из нас имел возможность публиковать 1-2 статьи еженедельно. Темы мы могли выбирать сами, но редакция газеты приветствовала очерки о политической жизни края и различных молодежных событиях. Меня же куда больше привлекала советская эстрада, очерки о которой я могла строчить круглосуточно. А вот политика родного края меня не волновала совершенно. В итоге каждый написанный мною материал с большим скрипом проходил редактуру, а тексты моих коллег про встречи губернатора с молодежью печатали куда более охотно.

Крайне важно учитывать специфику издания, для которого вы работаете или на которое вы ориентируетесь!

Но если вы сам себе издатель, например, вы пишете статьи для своего сайта или блога, вы сами определяете редакционную политику. И ваша задача – следить за пристрастиями вашей целевой аудитории. Так, если ваш блог ориентирован на женскую аудиторию и вы пишете про то, как печь пироги и воспитывать детей, опус на тему монтажа электропроводки или анализ финансового рынка вряд ли будет тепло встречен читателями.

Есть так называемые «вечнозеленые» темы, то есть темы статей, которые всегда хорошо продаются, которые легко находят своих издателей и читателей. Это темы, связанные с деньгами (особенно с тем, как заработать), туризм, воспитание детей, психология семейных отношений и разного рода инструкции, как что-либо сделать, починить, сшить, приготовить и т.д.

Среди всего многообразия тем, на которые можно написать статьи, есть совершенно особенные – темы, которые вам особенно дороги. Это темы ваших увлечений, темы, в которых вы если не эксперт, то хотя бы любитель. У кого-то это рыбалка, у кого-то – игра на скрипке, а у кого-то – рисование анимешных персонажей. Как правило, мы стараемся прятать эти темы

глубоко внутри себя, вот на них-то мы как раз пишем в последнюю очередь. Или не пишем вообще. Почему так происходит? Мы боимся, что читатель не разделит наше увлечение! Или что наши эмоции выплеснутся на бумагу.

Но эмоции в тексте – это очень хорошо! Это то, что выделает вашу статью из сотен подобных, делает вас интересным автором, заставляет аудиторию запомнить именно вас. А что касается страха перед читателем, открою вам «страшную тайну» - читатели больше всего любят авторов, которым абсолютно все равно, что о них думает аудитория. Если вы заискиваете перед читателем, пытаетесь ему понравиться, вас, скорее всего, проигнорируют. А если вы открыто выражаете свое мнение, пишете о том, о чем хотите и в том тоне, в каком хотите, нимало не заботясь общественным мнением, вас будут любить, цитировать, «лайкать» в социальных сетях и обсуждать в кулуарах.

Поэтому смело пишите на те темы, которые вам близки и интересны!



Глава 4. Сбор материала

После того, как тема будущей статьи определена, все вопросы автор сам себе задал, с основной мыслью текста определился, пришло время собирать материал. На самом деле любой интеллигентный человек способен написать хотя бы десяток статей «из головы» на темы, хорошо ему знакомые. Проблема в том, что интеллигентные люди этого делать как раз не будут. Потому что, как бы хорошо вы тему ни знали, при подготовке статьи нужно собирать материал, от этого ваши тексты станут только богаче.

Допустим, вы решили писать статью о пуделях. Достаточно общую тему вы сократили и конкретизировали до вопроса преимуществ пуделя перед другими породами. Понятное дело, у вас самих дома живет пудель, может быть, даже два. Вы уверены, что лучше этой породы на свете не сыскать. Но если вы не соберете никакого фактического материала, в вашей статье будут только бездоказательные охи и ахи, восторг и умиление. Читателя вы таким образом не убедите и не заинтересуете.

Поэтому давайте собирать факты. Откройте энциклопедию пород и выясните историю происхождения пуделей. Прочитайте несколько книг, посвященных этим собакам. Загляните в кинологический клуб и пообщайтесь с заводчиками. Так вы наберете достаточный материал для статей. Ваши эмоции обростут интересными историями и наблюдениями. Вероятно,

собранного материала хватит на несколько статей. Профессиональные журналисты обычно, набирая материал для одной статьи, потом пишут несколько для разных изданий. Либо делают цикл статей для одного издания, копая тему глубоко.

Может быть и обратная ситуация. У вас достаточно фактического материала, но нет никаких эмоций, личных впечатлений по выбранной теме. Допустим, вам нужно написать статью об известном певце. У вас есть его биография, есть официальный сайт с кучей статей и интервью, есть даже его книга. Фактического материала предостаточно, а вот эмоций он у вас никаких не вызывает. Для будущей статьи это тоже плохо, скорее всего, у вас получится просто пересказ. Чтобы понять человека, о котором вы пишете, лучше всего пообщаться с ним лично. Но, увы, это не всегда возможно. Хотя бы познакомьтесь с его творчеством, послушайте его песни, посмотрите видеозаписи, почитайте, что говорят о нем другие. Тогда статья обретет нужные краски.

Сбор материала может занять несколько часов или дней, вам будет жалко времени. Но, поверьте, сейчас мы с вами находимся в куда более выигрышном положении по сравнению с нашими предшественниками, собратьями по перу. Им приходилось сидеть в архивах и библиотеках, пролистывать сотни книг, чтобы найти материал. Я хорошо помню, как мой дедушка, журналист и писатель, работая над книгой об Астраханском драматическом театре, на протяжении нескольких лет все выходные проводил в архиве, по крупицам собирая материал, статьи, фотографии, воспоминания – все, что могло бы пригодиться в работе. А нам с вами достаточно сделать несколько движений мышкой, чтобы к нашим услугам были подборки статей, электронные книги, видеозаписи и фотографии. Более того, сейчас все архивы переносятся в Интернет, свой сайт есть и у Государственной Российской библиотеки. Удаленно можно сделать запрос и получить в цифровом варианте материал по любой теме, любую книгу, любое периодическое издание, которое есть в ее архиве. Аналогичные сайты создают и специализированные фонды – кино, музыки, журналистики.

Конечно, можно просто найти две-три статьи в Интернете, написанные нашими коллегами, взять из них по чуть-чуть, добавить что-нибудь от себя и вот статья готова. В Интернете такой вид деятельности называется рерайтом. И благодаря ему однажды написанная глупость потом кочует с сайта на сайт. Читатель, ищущий материал по конкретной теме, натывается на одну и ту же информацию и либо верит ей, либо вообще разочаровывается в Интернете как источнике знаний. Например, когда мы собирались лететь с собакой на

самолете, мне нужно было выяснить, какие для этого требуются документы. Сайт Аэрофлота давал очень расплывчатую формулировку, поэтому пришлось искать по другим источникам. Мне попалось несколько десятков сайтов о собаках, которые разными словами говорили одно и то же: нужны ветеринарный паспорт, справка о состоянии здоровья и справка об отсутствии племенной ценности. Но в клубе собаководства нам в выдаче такой справки отказали, сообщив, что вот уже несколько лет она не требуется. Но ведь в Интернете все в один голос говорят обратное! И не где-то на форумах, а в статьях на сайтах собачников! Мы полетели без справки, и никто ее и не думал спрашивать. В пути обнаружилось еще много мелочей, противоречащих тому, о чем мы читали в статьях. Непрофессионализм одного автора и лень десятков других, сделавших рерайт его опуса, привел к такой плачевной ситуации.

Пожалуйста, тщательно относитесь к сбору информации! Тогда ваши тексты будут высоко цениться!



Глава 5. Черновик

Когда материал для будущей статьи собран, пришло время писать. Сразу давайте оговоримся: автор не только пишет, он еще и переписывает. И правит написанное. Тут важно не свалиться в одну из двух крайностей. Одни авторы терпеть не могут переписывать и исправлять однажды написанное, считая, что каждая новая редакция только испортит текст. Другие наоборот, тщательно переписывают один текст десятки раз, никак не находя совершенства. В итоге их работа так и остается никем, кроме автора, не прочитанной.

Давайте не впадать ни в одну из крайностей. Работа над статьей должна выглядеть следующим образом:

1. Написали план будущей статьи (основные мысли, тезисы, вопросы к себе). Вы можете воспользоваться готовыми шаблонами, которые есть в конце данной книги.
2. Написали первый вариант статьи. Можно назвать его черновиком. Если вас мучает перфекционизм и вы каждую фразу обдумываете несколько часов, настраивайте себя, что это все равно черновик. Не получится – можно выбросить.

3. Вычитываем получившийся текст. Особенно пристальное внимание уделяем первому абзацу. Следим, чтобы заключение не получилось банальным. Придумываем заголовок. Вычитывать текст лучше два раза: один раз вслух, так вы услышите речевые ошибки, повторы, второй раз про себя, уделяя внимание знакам препинания и возможным опечаткам. Следите, чтобы в вашем тексте не было лишних слов и оборотов. Если слово или несколько слов можно опустить без потери смысла, они лишние! Не стремитесь сделать статью объемной за счет нагромождения не несущих смысла конструкций: «таким образом», «в наше нелегкое время», «благодаря тому обстоятельству», «следует отметить» и т.д.
- В зависимости от результатов редактирования и вычитки у вас может возникнуть желание переписать все заново. Перепишите, пока желание есть. Или наоборот, вы можете почувствовать досаду на себя: «Не получилось, ну и черт с ним, видеть уже его не могу!». Это нормально! Только не выбрасывайте свой черновик. Отложите его до завтра. Считается, что с текстом автор должен «переспать» - на следующий день вернитесь к написанному со свежей головой и пробегите взглядом. Вот теперь можно отправлять статью по назначению – на сайт, на блог, в газету и т.д.

Лучше начинать с небольших статей – 2-3 тысячи знаков, тогда вы не успеете устать в процессе создания черновика. Практика показывает, что более двух страниц новичку за один раз написать сложно. Как только вы устанете, у вас будет преобладать желание быстрее закончить, вы перестанете выбирать слова, где-то оборвете начатую мысль и т.д. В итоге качество текста пострадает. Если же вам необходимо написать большую статью, делите работу на несколько дней. Не переживайте, если ваша производительность труда слишком низкая. Скорость придет со временем, выносливость тоже. Скажем, сейчас я без труда и потери качества могу написать 10-15 тысяч знаков в день. Но десять лет назад один тетрадный лист текста рождался в муках целый вечер. Это нормально!

Если вы пишете на заказ, старайтесь оставлять себе время для маневра. Когда вы знаете, что на написание статьи у вас всего несколько часов, это, с одной стороны, вас дисциплинирует. А с другой, становится причиной сильного стресса, который не способствует получению удовольствия от процесса. Если же вы не получаете

удовольствия, пишете из-под палки, это незамедлительно скажется на качестве вашей статьи!

В идеале на одну статью у вас должно быть два дня. День на сбор материала и черновик, день на доработку. Но писать одну статью неделю тоже перебор!

Мы с вами разобрали общие этапы написания статьи. В следующих главах мы поговорим об особенностях разных видов статей.



Глава 6. Как писать для блога?

Если ответить одним словом – ярко! Блог – это электронный дневник, где на первом месте всегда личность автора. К сожалению, настоящих блоггеров среди тысяч владельцев блогов очень и очень мало. Люди часто путают блог и сайт. Сайт – это информационный ресурс, где можно найти материалы по определенной теме. Блог – это личный взгляд автора по конкретной тематике. Да, сайт может быть сделан на движке блога, но он останется сайтом.

Например, на движке WordPress можно сделать сайт «Все о собаках», где будут перечислены и охарактеризованы основные породы собак, даны рекомендации по кормлению собак, дрессировке и т.д. А можно на том же движке сделать блог кинолога Ивана Иванова, где Иван Иванов будет писать о том, как по его мнению нужно кормить и дрессировать собаку, что он считает по тому или иному поводу, как он дрессирует свою Найду. Понимаете, в чем разница? На блоге присутствует личность! И этим ценен блог!

Поэтому, если вы учитесь писать статьи для своего ресурса, прежде всего, задайте себе вопрос, что у вас – сайт или блог? Скажу по секрету, блог вести легче и интереснее. К тому же, если по вашей теме уже много чего создано, блогу легче отстроиться от конкурентов. Ведь сайтов о собаках может быть бесчисленное множество, а вы как личность единственны в своем роде. Сайты конкурируют друг с другом в дизайне, количестве информации, количестве посетителей. Блог не может ни с кем конкурировать, он просто будет притягивать ту аудиторию, которой вы близки. Чем вы ярче и интереснее будете писать, тем больше у вас будет читателей.

Так как же писать для блога?

Во-первых, от первого лица. Вот где наиболее уместно говорить «Я»!

Во-вторых, статья для блога может быть насыщена эмоциями, отражать вашу точку зрения на какую-либо проблему. Объективным здесь быть не обязательно.

Но не стоит вести блог обо всем. «Блог о жизни Васи Иванова» будет интересен аудитории только в том случае, если Вася Иванов – звезда шоу-бизнеса. У блога должна быть определенная тема, которой ее автор придерживается. Если у вас блог о служебных собаках, вы можете иногда писать о карликовых пуделях, которые вызывали у вас бурю восторга или о том, как съездили со своим Диком на охоту и что там с вами приключилось. Но рецепт торта, который вы вчера приготовили, будет уже неуместен.

О чем можно писать на блог в рамках выбранной темы?

1. Ваше мнение по какому-либо вопросу. Например, «Стоит ли стерилизовать собаку?»
2. Обзор чего-либо в вашей теме. Например, обзор сухих кормов для собак, обзор поводков-рулеток, обзор сторожевых пород.
3. Новости в вашей теме. Допустим, скоро в Москве пройдет выставка немецких овчарок, на которую вы с Диком собираетесь. Расскажите об этом на блоге.
4. Отчеты о поездках. А теперь можно рассказать, как вы съездили на выставку и что там с вами произошло. Не забудьте добавить фотографии.
5. Личный опыт. Блоги особенно ценны личным опытом автора. Допустим, вы случайно приобрели зоошампунь «Барсик», после которого шерсть вашего питомца стала шелковистой. Это повод для статьи на блог.
6. Инструкции и советы. На своем блоге вы можете проводить разъяснительную и воспитательную работу среди читателей, передавать им свои знания с помощью статей: «Как правильно стричь когти собаке?» или «Поход к ветеринару. 5 советов новичку!».

Это далеко не полный перечень возможных статей. Думаю, далее вы сами придумаете! Главное, не забывайте, на блоге есть место вашему личному мнению, вашей личности!



Глава 7. Как писать интервью?

Казалось бы, что может быть проще, чем интервью? Ведь от интервьюера в данном случае почти не требуется никакой литературной работы, работа скорее организационная – договориться о встрече. Но и с этим сейчас гораздо легче – можно назначить интервью в Skype и побеседовать с человеком через Интернет. Кстати, в Интернете интервью стали очень популярным жанром, их берут у известных и начинающих блоггеров, владельцев сайтов, фрилансеров, то есть людей, которые не являются звездами в общепринятом смысле. Возможно, вам придется брать интервью у передового фермера вашего района для местной газеты или победителя конкурса молодых талантов. Интервью, кстати, хороший способ собрать материал для статьи – когда вы никак не можете найти интересную информацию об овощебазе №1, о которой вам поручили написать репортаж, проще всего побеседовать с людьми, на этой овощебазе работающими.

И вот встреча (живая или он-лайн) назначена, вы вооружились звукозаписывающим устройством, благо, сейчас диктофон есть в каждом мобильном. Возможно, вы даже подготовили пару-тройку вопросов (а там как беседа пойдет), и вы готовы к интервью. Но увы, не все так просто!

Интервью – обманчиво легкий жанр. Поверьте мне и как человеку, который часто их брал, и как человеку, который довольно часто их давал в связи с работой в Интернете. И, что самое главное, мне приходится очень много работать с архивными материалами, с том числе интервью, таких артистов, как Лев Лещенко, Владимир Винокур, Иосиф Кобзон и Муслим Магомаев (я занимаюсь администрированием сайтов и групп Вконтакте). Так вот, за прошедшие пятнадцать лет я прочла невероятное количество интервью, в частности, Льва Лещенко. И с первого взгляда могу определить, встречался ли на самом деле журналист с артистом или интервью было написано «по мотивам» автобиографии певца. Увы, это очень распространенное явление. Но и из тех интервью, которые состоялись на самом деле, считанные единицы представляют интерес, очень немногим журналистам удается разговорить собеседника, задать ему действительно интересные вопросы и получить правдивые ответы! Поверьте, это большая редкость! В основном задаются

банальные вопросы: «Как прошло ваше детство?», «Почему вы решили стать певцом?», «Понравилось ли вам в нашем городе?». На последний вопрос артист вынужден врать (а что ему еще остается?!), а на первые ответы всегда будут одинаковыми.

Отсюда первое правило хорошего интервью: готовьтесь к нему заранее! Прочитайте хотя бы пару статей о человеке, с которым собрались беседовать. Побывайте на его страничке в Интернете, если она существует. Посмотрите интервью с ним, которые уже опубликованы. И никогда не задавайте вопросов, которые до вас были заданы уже сотни раз, и ответы на которые легко найти двумя кликами мышки.

Хорошо, скажете вы, но ведь не все читатели досконально знают человека, с которым будет беседа. Допустим, мы берем интервью у владельца сервиса рассылок Макса Хигера для интернет-журнала «Твой сайт». Не все читатели нашего журнала вообще знают, кто такой Макс Хигер, и уж точно очень мало людей читало до этого все интервью Макса и знают подробности его биографии так, как автор этих строк знает биографию Льва Лещенко. Им-то должно быть интересно! Не обязательно!

Я много раз брала интервью для своего блога у совсем неизвестных моим читателям людей – выпускников моих курсов. Но далеко не каждый раз эти интервью имели успех. Почему? Потому что если аудитория человека не знает, то сам по себе он ей не особенно и интересен. Им интересна конкретная тема, в которой этот человек может быть экспертом. Отсюда второе правило хорошего интервью – у вашей беседы должна быть тема! Повод для встречи и разговора. Вы не просто приглашаете Макса Хигера рассказать, о чем он мечтал в детстве и как догадался сделать сервис рассылок. Вы разговариваете с ним, как с экспертом в своей области, на ту тему, которая волнует ваших читателей, например, доставляемость рассылок и процент открываемости писем.

Кроме того, подумайте о своем собеседнике. Если ему будет скучно отвечать на ваши вопросы, вы получите бесцветный материал, без эмоций, без откровенности. Выводить собеседника на эмоции и откровения в интервью – особое искусство. Советую вам посмотреть цикл передач «В гостях у Гордона». Дмитрий Гордон – украинский журналист, которому блестяще удается строить беседы с самыми разными людьми. Умного собеседника он выводит на провокационные темы, с недалеким беседует вроде бы дружелюбно, но зритель сразу понимает, кто перед ним. Прекрасно ведут

интервью Борис Берман и Ильдар Жиндарев, Авдотья Смирнова и Татьяна Толстая, Дмитрий Дибров и Светлана Сорокина.

Только не думайте, что главная цель интервью – выудить на свет какие-либо «желтые» подробности личной жизни или разозлить собеседника. Ваша цель – заставить его говорить откровенно, то, что он на самом деле думает, а не заученные фразы. Я вас уверяю, у каждого публичного человека, который часто дает интервью, в голове целая вереница фраз, которые он на автопилоте выдает на стандартные вопросы.

Например, когда меня спрашивают, как вы начали писать, у меня в голове сразу щелкает: «Вопрос про детство», и с языка слетает уже сотни раз рассказанная история, без моего сознательного участия. Хуже, когда задают откровенно глупый вопрос и ожидают, что в ответ я открою страшную тайну. Например: «Как научиться писать?». В рамках интервью материал двух-трех книг и пары тренингов не расскажешь. И ты прекрасно понимаешь, что от тебя ждут откровения, раскрытия секрета, благодаря которому все читатели в мгновение ока станут Пушкиными и Толстыми. А ответ-то банален: «Писать и читать. Много. Каждый день». Но ведь все сразу сделают разочарованные лица!

Не ставьте в глупую ситуацию своих собеседников! Пожалуйста, готовьтесь к интервью!

Да, и еще один важный момент. Если вы записываете интервью на цифровой носитель, а потом его расшифровываете, не забудьте поправить полученный текст. Устная речь сильно отличается от письменной. Даже если кажется, что собеседник заливается соловьем, на бумаге могут проявиться несогласованные или оборванные предложения, многочисленные «Э-э» и «Ну», повторы и потерянные окончания. Не нужно делать дословную запись, но и коверкать смысл тоже нельзя.

Лучше всего отредактировать текст и отправить его на согласование вашему собеседнику. Это показатель вашего профессионализма и уважения к тому, кто согласился дать вам интервью.



Глава 8. Как писать обзоры?

А зачем их вообще писать? Ответ прост – потому что люди любят их читать! Обзоры помогают нам сориентироваться в мире товаров и услуг, развлечений и культурных событий. Вы собираетесь купить смартфон, но предложений на рынке слишком много. Чтобы получить хоть какое-то представление о том, чем отличаются разные модели разных производителей, приходится идти в Интернет и искать обзоры новинок.

Вы думаете, как провести выходные? Если вы живете в большом городе, выбор культурных мероприятий наверняка велик. Выбрать интересную театральную постановку или концерт помогут обзоры культурных событий города.

Мы с большим удовольствием читаем обзоры новинок книжного рынка и кинопроката, потому что они позволяют нам составить первичное впечатление и решить, покупать книгу или нет, идти на фильм или не стоит?

Если вы пишете статьи на продажу, уделяйте внимание обзорам новинок, они прекрасно продаются. Если вы ведете блог, делайте обзоры новинок в своей нише. Например, если у вас блог о похудении, вы можете раз в месяц делать обзоры новых книг о диетах. Если ваш блог о финансах, почему бы время от времени не рассказывать читателям про новые фильмы, посвященные теме денег? Вы также можете радовать ваших читателей обзорами мобильных приложений для управления деньгами!

Полгода назад я опубликовала на своем блоге статью «Что читает копирайтер?», в которой рассказала о недавно прочитанных книгах. Две из них были по бизнесу, а одна художественная – «Черный город» Бориса Акунина. В тексте упомянула, что проза Акунина для меня служит источником вдохновения. А несколько дней назад, во время очередного занятия по писательскому мастерству задала вопрос студентам: «Что вы сейчас читаете?». Из шестидесяти присутствующих человек более половины дружно сообщили, что Акунина! А когда я заинтересовалась, почему вдруг, выяснилось, что все они это делали по моей рекомендации! Теперь вы понимаете силу обзоров на вашем блоге?

Как делать обзоры?

Помните, что обзор и критика – разные вещи! В первом случае ваша задача сориентировать читателя в его выборе. Во втором вы оцениваете книгу, фильм или другое произведение искусства в контексте того, что уже было

создано по этой теме, в этом жанре или этим автором. Критику писать гораздо сложнее, нужно отлично владеть материалом. Поэтому рекомендую вам начинать с обзоров.

В начале обзора введите читателя в курс дела. О чем именно вы сейчас будете рассказывать? О книжных новинках жанра фэнтези? Или пройдетесь по афишам кинозалов? Только не начинайте от основания мира! Пожалуйста, без шаблонных фраз: «Все мы любим в выходной день сходить в кинотеатр» или «По теме похудения написано уже десятки книг». Постарайтесь придумать что-то новенькое!

Не пытайтесь рассказать обо всех фильмах, всех книгах или всех смартфонах! Даже о двух-трех наименованиях в одной статье рассказать непросто. Если вы новичок в писательском деле, посвящайте первые обзоры всего одному фильму, одной книге, одному телефону. Но зато расскажите о нем подробно!

Если вы делаете обзор книги или фильма, кратко расскажите сюжет. Кратко! Остановитесь на завязке, не рассказывайте подробно, чем все закончится, иначе читателю будет неинтересно. В обзоре книги позвольте автору говорить за вас, вставив несколько цитат авторского текста в ваш обзор.

Вам нужно написать, что отличает это произведение от остальных, чем оно вам запомнилось. Возможно, это отличный актерский состав (расскажите, кто именно играет), либо поразительные спецэффекты (хотя бы несколько строк, в чем именно их поразительность), либо особый язык автора книги (приведите примеры). Старайтесь говорить предметно. Если вы просто напишете, что «игра актеров была великолепна», читатель вряд ли сможет себе это представить.

Выражать ли собственное мнение?

Автор часто прячется за текстом, старается нивелировать собственное «я». Должен ли обзор быть объективным? Поверьте, объективно написать обзор не менее сложно, чем критическую статью. Любое произведение искусства вызывает субъективную оценку. Поэтому написать хороший нейтральный текст у вас не получится. Вы в любом случае будете выражать собственное мнение. Но вы можете легко испортить статью, если в конце напишете что-то вроде: «Однозначно же судить об этой книге нельзя, время покажет, станет ли она бестселлером». Если судить нельзя, а время покажет, зачем же вы взялись о ней писать? Вот и писали бы потом, когда время покажет! Читателя очень раздражает конформизм автора. У вас должна быть позиция, которая может проявляться в тексте. Ваше личное отношение к прочитанному или

увиденному. Читатель может с вами согласиться или нет, но ваше мнение будет будоражить его любопытство, он не останется равнодушным. Что нам и требовалось!



Глава 9. О чем мне писать?

Вас можно поздравить, если вы никогда не задаетесь таким вопросом! На самом деле есть счастливые люди, фонтанирующие идеями, которым интересно все на свете, а творческие планы рождаются быстрее, чем они успевают претворять их в жизнь. Но, увы, так бывает не у всех.

Возможно, у вас часто возникает вопрос: о чем мне написать статью? Читатели на блоге соскучились по обновлениям, а идей нет. Хочется отправить статью в газету или электронный журнал, а о чем, непонятно. Или на продажу давно пора что-то написать, вот только что?

Для таких ситуаций и написана эта глава. В ней мы с вами разберем несколько «вечных» тем, о которых можно писать всегда!

«Вечные темы»

Вечные темы – это темы, которые актуальны для всех людей или хотя бы большинства. Подумайте, что интересует абсолютно всех за редким исключением?

1. Деньги (как заработать, как потратить, как сэкономить)
2. Отношения (с родителями, с детьми, с мужчинами, с женщинами, с работодателем, с подчиненными, с коллегами, с друзьями и т.д.)
3. Здоровье (как сохранить, как поправить)
4. Секс (думаю, тут вы обойдетесь и без пояснений)

Только, пожалуйста, не пишите на одну из этих тем «вообще». Если вы попробуете написать статью на тему «Деньги в нашей жизни» или «Как сохранить здоровье?», у вас получится философский трактат. Отщипывайте маленький кусочек от этого слона: «Как сэкономить в супермаркете?», «Второй ребенок в семье. Как подготовить первенца?», «5 способов избавиться от молочницы», «Секс по-китайски. Как это?» и т.д. Берите узкий аспект любой из вышеперечисленных тем!

Ваши любимые темы

Наверняка у вас есть увлечения. Почему бы не написать статью об одном из них? Практика показывает, что лучше всего у нас получается писать на тему

собственных увлечений, но именно эти темы мы чаще всего обходим стороной. Стесняемся! И совершенно напрасно! Если вдохновение вас покинуло, обратитесь к тому, что вас вдохновляет! Например, автора этой книги вдохновляет советская эстрада. Не самая коммерчески выгодная тема, статьи о эстрадных мастерах прошлого века трудно продать на бирже. Зато каким они пользуются успехом на популярных ресурсах вроде Школы Жизни! А сколько удовольствия получает автор, читая комментарии и обсуждения в конце статьи. Зачастую гораздо больше, чем от звона денег в электронном кошельке за «заказной» материал.

Заведите блокнот!

Приучайте себя мыслить темами для будущих статей. Всегда задавайте себе вопрос: «О чем бы можно было написать?». И записывайте ответы, которые приходят в голову. Например, вы едете в метро и видите, что сидящий рядом подросток играет на своем айпаде в какую-то новую игру. Почему бы не поинтересоваться ее названием, а потом не написать обзор новинки? А может быть, это повод написать статью-исследование о том, что раньше подростки в метро читали книги, а теперь играют на телефоне или планшете? И к чему это все приведет.

Гуляя по супермаркету, вы можете поразмышлять на тему «Как выбрать картошку?» или «Приемы супермаркетов для увеличения среднего чека». Прополка сорняков на дачном участке наведет вас на мысль написать обзор способов обработки почвы. И так до бесконечности.

Это не значит, что каждую записанную мысль нужно срочно претворять в жизнь. Но когда у вас в очередной раз наступит творческий кризис, обратитесь к своему блокноту с идеями и выберите то, что интереснее всего вам в данный момент.



Глава 10. Как заработать написанием статей?

Умение писать статьи ценно само по себе. Если вы уже ведете сайт или пишете кандидатскую диссертацию и вам нужны публикации в прессе, вы прекрасно меня понимаете. Но бывает и обратная ситуация. Вы умеете писать статьи или учитесь, но вам чертовски нравится этим заниматься. Вопрос как еще и зарабатывать этим увлечением?

Самый очевидный ответ – подаваться в журналистику. Но правда жизни такова, что в популярные журналы готовы печатать внештатных авторов от

случая к случаю, а в региональных изданиях платят копейки. Несколько лет я работала внештатным журналистом газеты «Волга», публиковалась практически каждую неделю. Но гонорара хватало только на шоколадки и газировку в школьной столовой. В детстве много и не надо (особенно в те годы, когда у школьников не было Айпадов и даже за тамагочи могли выгнать с урока). Но взрослому человеку явно нужно больше. Время от времени вы можете предлагать свои статьи популярным изданиям, однако не стоит рассчитывать на постоянный доход.

Несколько лучше обстоит дело с так называемым вебрайтингом. Вы можете писать статьи для Интернета и продавать их через специальные сайты-биржи владельцам сайтов. Очень много людей в Интернете создают сайты, но сами наполнять их не хотят или не могут, поэтому покупают контент (в том числе статьи) на биржах. Самые известные биржи, где можно продать готовые статьи – Textsale.ru и Etxt.ru. Стоимость статьи в этом случае вы определяете сами. Кто-то продает статьи по 1-2 доллара, кто-то по 10 долларов. Тоже не слишком много, но уже что-то. Я занималась продажей готовых статей через биржи во время обучения в институте, мне удавалось зарабатывать этим в месяц от 300 до 500 долларов.

Кстати, можно зарабатывать и гораздо больше, если писать статьи для Интернет-сайтов на заказ. Заказы можно получить на тех же биржах, но тогда уже придется писать по условиям, которые ставят вам заказчики. Больше всех среди пишущей братии в Интернете зарабатывают копирайтеры, пишущие продающие, рекламные тексты для бизнеса. Гонорар за их услуги начинается с 3-5 тысяч за текст, у хороших авторов он составляет 15 тысяч за текст и более.

Если писать на заказ вам не хочется, а реклама – точно не ваше, вы можете создать свое собственное электронное СМИ – сайт или блог, а может быть, сообщество Вконтакте или другой социальной сети. Посвятить его той теме, которая вам интересна, и наполнять авторским контентом. Популярные блоггеры зарабатывают на своих ресурсах очень большие деньги за счет показа рекламы. Владельцы самых популярных сообществ в социальных сетях в среднем зарабатывают на рекламе 100-300 тысяч в месяц! Конечно, чем выше популярность ресурса, тем больше денег оно приносит владельцу. Но даже если ваш блог будет приносить вам на первых порах 10-20 тысяч, и при этом вы будете заниматься любимым делом, писать на интересную вам тему и общаться с читателями, разве это плохо?

А может быть, вы пойдете еще дальше? Статьи для вас – слишком мелко. И захотите стать автором своей собственной книги. Художественной или документальной. Ее можно издать через издательство или самостоятельно в электронном формате и продавать через Интернет.

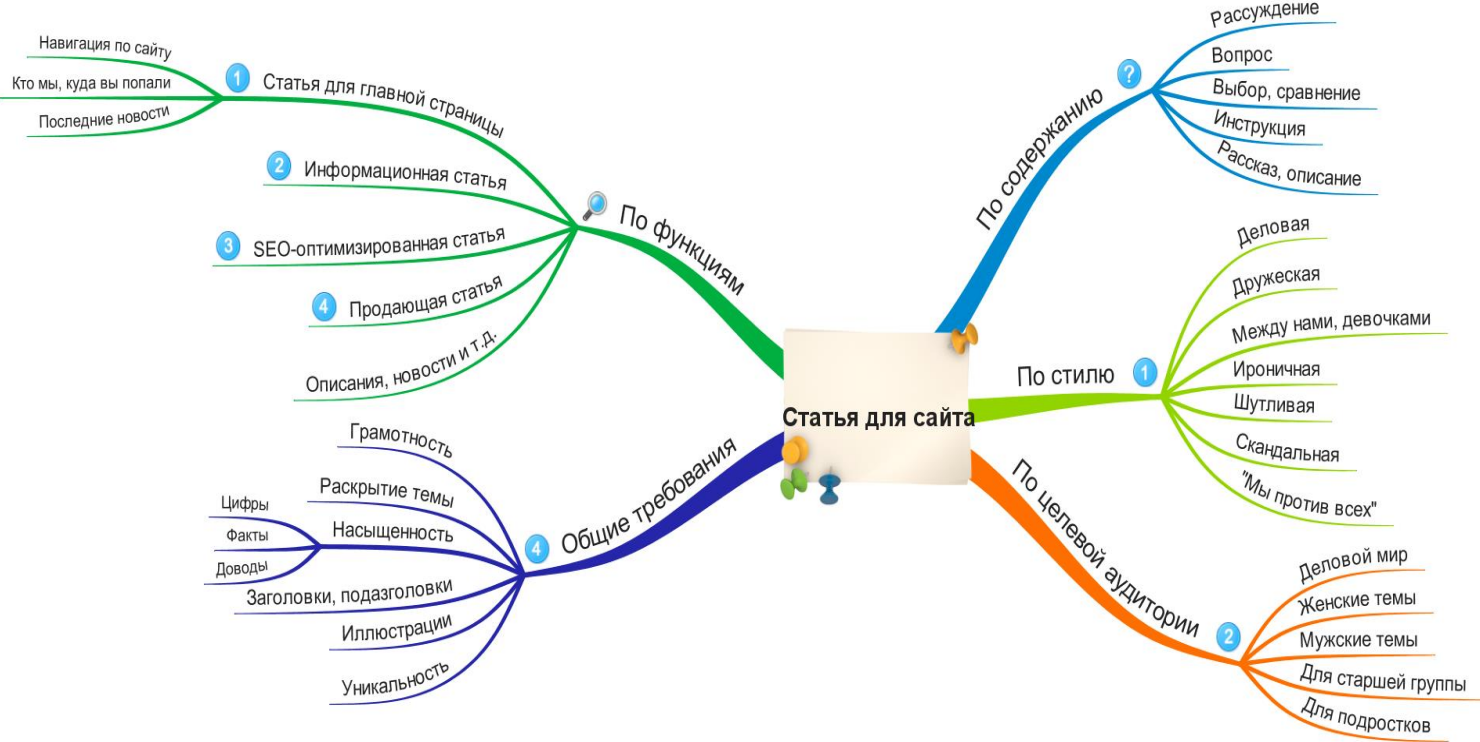
Какой бы путь вы ни выбрали, важно уметь писать грамотно, интересно и ярко. Так, чтобы читатели не могли оторваться от ваших текстов. А для этого нужно писать и читать. Очень просто и сложно одновременно. Но я уверена, что у вас получится, было бы желание!

Творческих вам успехов!

С Уважением, *Юлия Волгодав*

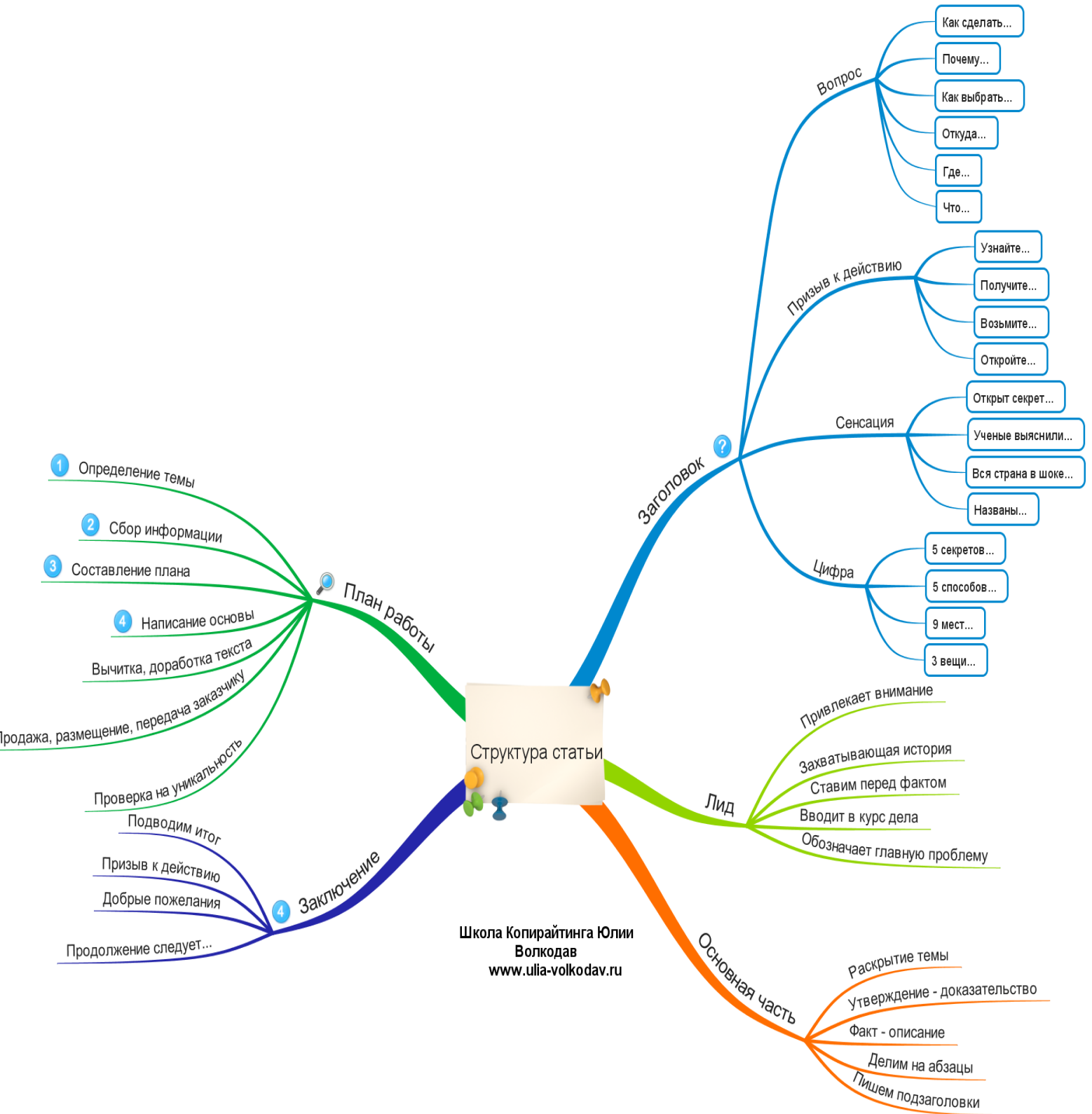
Приложение №1.

Виды статей



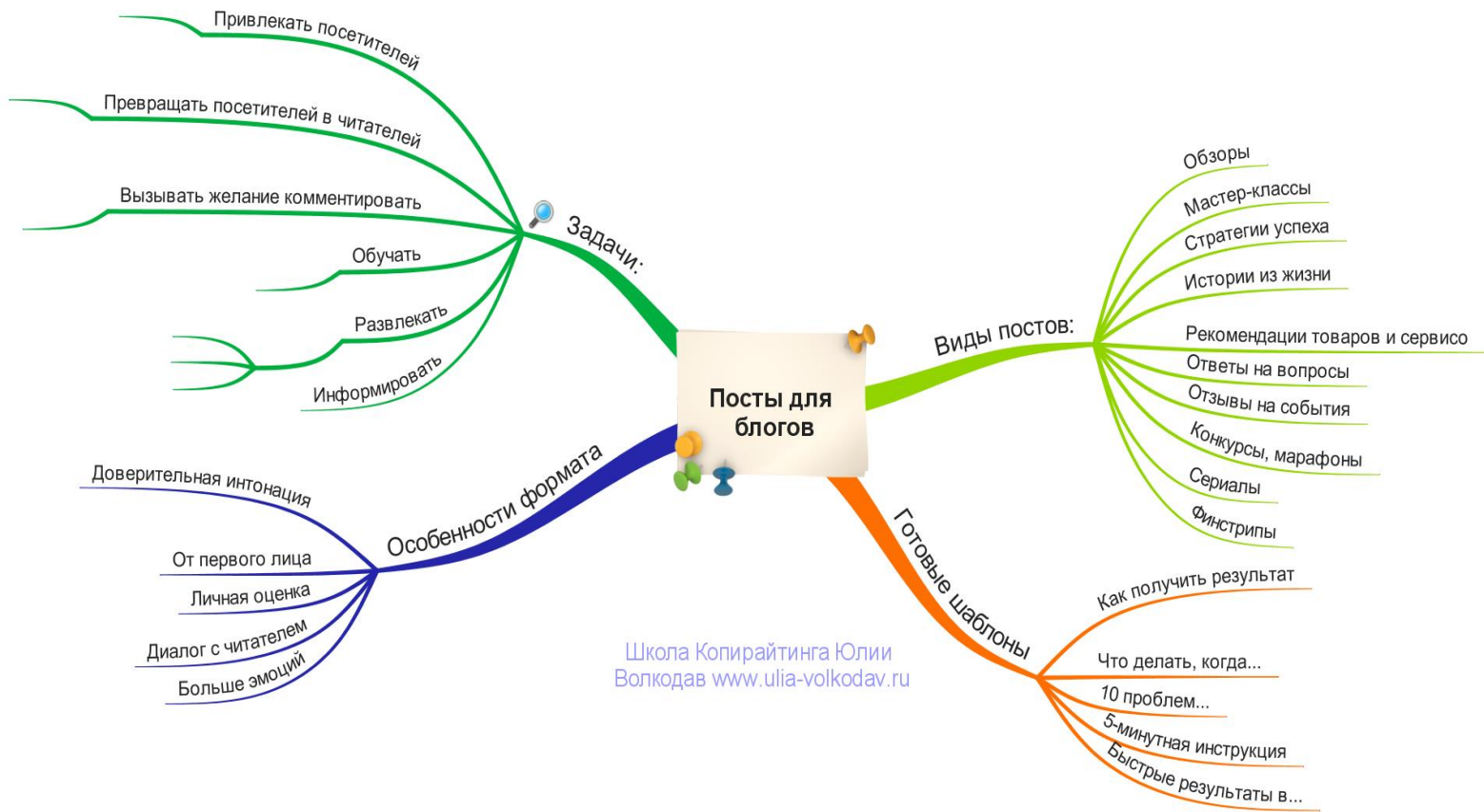
Приложение №2

Структура статьи



Приложение №3.

Посты для блога



Приложение №4.

Структура поста для блога

