
Sedam lakih savjeta za pisanje društvenih vijesti

08/02/2010

Autor: [Jonathan Bailey](#)

Kako da uz vrlo malo truda uspješno promovirate sopstveni sadržaj na sajtovima za društvene vijesti koji donose veliku posjećenost.

I blogerima, kao i novinarima, stizanje na polaznu stranu [Digga](#) može biti blagoslov za posjećenost. Analize slučajeva su pokazale da ova polazna strana gotovo trenutno može dovesti čak 50.000 [posjetilaca na vaš site](#) , što može i opteretiti servere, a u poređenju s čim prosječna dnevna posjećenost vašeg sajta djeluje minorno.

Drugi siteovi za društvene vijesti imaju sličan efekat. Veliki procenat dnevnih posjeta mnogim blogovima dolazi upravo iz takvih izvora.

Pa ipak, mada je prednost društvenih siteova pomogla blogerima i medijima koji su prisutni samo online da steknu veliku publiku, tradicionalni mediji su imali manje uspjeha u tome. Blogovi i informativni siteovi kao što su [Engadget](#) i [ArsTechnica](#) su mnogo puta postigli uspjeh na vodećim siteovima za društvene vijesti. Međutim, novine, časopisi i drugi tradicionalni izvori vijesti samo su se sporadično pojavljivali na naslovnim stranama vodećih siteova za društvene vijesti.

Mada za ovo djelimično mogu biti odgovorne predrasude prema tradicionalnim informativnim medijima, dobar dio ovih razlika potiče od sukoba između vrste sadržaja koji uglavnom objavljuju tradicionalni mediji i onoga što se obično pojavljuje na siteovima sa društvenim vijestima.

Međutim, uz nekoliko jednostavnih savjeta i trikova, novinari i urednici mogu da poboljšaju izgled da se nađu na naslovnoj strani Digga, Reddita i drugih takvih siteova.

1. Pišite dobre naslove

Mada je važnost dobrog naslova veoma poznata, oni se na webu često zanemaruju.

Naslovi treba da budu kratki, jezgroviti i da motivišu čitaoca da otvori tekst. Za razliku od novina, često je najbolje koristiti pitanja ili izjave nakon kojih će čitalac tražiti odgovor u tekstu, što ga motiviše da traga dalje. Primjeri su: «Zašto Barack Obama vodi SAD» ili «Ključne razlike između ratova u Iraku i Afganistanu».

Tradicionalni naslov vijesti često sumira priču. Ali na webu, naslovi moraju motivisati čitaoca da klikne na njih. Naslovi su i reklama za tekst i njegov sinopsis.

2. Koristite popise

Čini se da se među društvenim vijestima objavljuje više članaka u obliku popisa nego bilo kojih drugih sadržaja. Bio to popis 10 razloga zašto su Mac računari bolji/gori od PC-ja ili pet razloga za trenutnu finansijsku krizu, korisnici društvenih vijesti vole da sadržaj bude razdvojen na popise koje mogu letimice pogledati.

Ne samo da čitanje popisa zahtijeva manje vremena i da se na taj način brzo prenosi velika količina informacija, već oni novinarima i urednicima daju priliku da budu kreativni u izlaganju sadržaja i da ponude jedinstven pogled na temu.

3. Koristite međunaslove / formatiranje

Čak i ako članak ne možete objaviti u obliku popisa, možete ga učiniti preglednijim ako stavite međunaslove koji razdvajaju velike dijelove teksta. Za one koji s pažnjom čitaju tekst međunaslovi su prirodna mjesta gdje mogu zastati. Za one koji čitaju letimice, međunaslovi su način da dođu do ključnih elemenata priče bez čitanja cijelog teksta.

Legendarni reklamni stručnjak [David Ogilvy](#) , koji je poznat po objavljivanju oglasa od više od 10.000 riječi, rekao je jednom da «podnaslov između naslova i teksta privlači čitaoce. U dužim tekstovima, međunaslovi raspoređeni tokom cijelog teksta zadržavaju im pažnju.»

4. Koristite slike

Postavljanje slike uz svaki post, priču ili drugi sadržaj koji objavite na webu ne samo da vaš rad čini vizuelno privlačnijim, već tako istovremeno obezbeđujete i thumbnail (malu sliku, prim.prev.) koji će

se pojaviti uz vaš sadržaj kada ga prenese neki site za društvene vijesti.

S obzirom na to da većina vodećih siteova sa društvenim vijestima potiče autore da uz svoje priče stave i thumbnail, postavljanje slike ne samo da potiče ljude da pročitaju vaše priče i glasaju za njih, već pričama daje i veću šansu da budu primijećene.

5. Usmjerite se više na tehnologiju

Mada je procenat priča koje se bave tehnologijom [u značajnom padu](#) , one su još uvijek nesrazmjerno zastupljene u odnosu na druge teme na polaznim stranama većine siteova sa društvenim vijestima, pri čemu se tu i mnoge druge vijesti na neki način bave tehnologijom.

Uključivanje vijesti o tehnologiji u druge aspekte vašeg izvještavanja može uveliko povećati šansu da ono bude primijećeno.

Mada se domet društvenih vijesti širi, one ipak pretežno privlače ljude koji su veoma vični tehnologiji. Dakle, ima smisla da pokušate da doprete do njih.

6. Koristite linkove

Kao što je pomenuto u prethodnom članku o [greškama društvenih medija](#), postavljanje linkova je apsolutno nužno za dobro pozicioniranje na siteovima sa društvenim vijestima.

Linkovi ne samo da ukazuju na dobru volju i spremnost da dijelite sa online zajednicom, već i privlače pažnju drugih web mastera na prisustvo vašeg sadržaja. Zauzvrat, ti blogeri i autori imaju motiv da pomognu u promoviranju vašeg članka jer je to i njima od koristi.

Postavljanje linkova ka odgovarajućim siteovima pomaže u izgradnji snažne, mada neformalne mreže siteova koji sarađuju u međusobnom promoviranju. To vam može puno pomoći u promociji vašeg rada.

7. Razmišljajte o ključnim riječima

Teško je razmišljati o ključnim riječima dok pišete. Teško je znati šta će zainteresovani korisnici tačno tražiti. Međutim, ponavljanje ključnih riječi koje su u vezi sa vašim sadržajem ne samo da pomaže dobrom rangiranju vaših tekstova na pretraživačima, već i omogućava da se vaši tekstovi pojave u pretragama blogova, na [Google Alerts](#) i feedovima koje koriste mnogi zainteresovani za društvene medije.

U ovu svrhu možete koristiti [Googleov Keyword Tool](#) da vidite otprilike koliko se traže određeni izrazi i da nađete prijedloge za slične.

Stavljanje ključnih riječi u naslov članka može pomoći povećanju broja klikova i potaći njeno dalje prenošenje.

Zaključci

Većina novinara razumije najvažnije elemente pisanja društvenih vijesti. Ono sa čime se mnogi blogeri bore su osnovni elementi provjeravanja činjenica, pisanja ubjedljivog teksta i ulaženja u suštinu priče. Međutim, novinari su dobro izvježbani u svemu tome.

Mnogi problemi u tradicionalnom novinarstvu i društvenim vijestima su uzrokovani ne praksom medijskih kuća, već stilom pisanja i iznošenja informacija.

Internet ne samo da je skratio ciklus vijesti na minute, već je uveo i stil pisanja koji je ličniji i samo-promovirajući, i koji, bilo to dobro ili loše, efikasnije privlači posjetioce.

Trik je u tome da pronađete način da iskoristite ovaj novi stil pisanja bez žrtvovanja integriteta i profesionalizma koji već dugo izazivaju divljenje u tradicionalnoj štampi.

Originalni tekst [‘Seven Simple Writing Tips for Social News’](#) (objavljen 31.10.2008.) dostupan je na web stranici European Journalism Centre-a.

Tekst je preuzet i objavljen na MC Online uz odobrenje web portala European Journalism Centre. Svako dalje korištenje i distribucija ovog teksta podliježe uvjetima korištenja koji su u cjelosti dostupni na web stranici www.ejc.nl.

Prijevod i objavljivanje ovog teksta na MC Online omogućeni su zahvaljujući projektu Veza za zajednički angažman (VEZZA) koji podržava Švicarski ured za razvoj i saradnju (SDC). Više informacija o projektu VEZZA možete dobiti [ovdje](#) .

