

Darko Tadić

# PISANJE ZA BLOG

---

*Priručnik za kreativno pisanje na blogu*

Beograd, 2014

## ŠTA JE TO BLOG?

Blog je poslednjih desetak godina postao pravi fenomen i institucija za sebe na svetskom infomatičkoj mreži – Internetu. U tehničkom smislu, blog predstavlja jednu vrstu internet stranice koja služi za diskusije i razmenu informacija. Obično između pojedinca i njegove publike. Zato se blog obično smatra kao nekom vrstom ličnog dnevnika ili magazina u kome se bloger bacvi i piše o temama koje ga intereseju i to deli sa svojom publikom u jednoj vrsti interaktivnog odnosa: čitaoci mogu da prate njegov blog, komentarišu sadržaj, i sl.

Pojava i rast blogova krajem devedestih godina prošlog veka, poklopila sa sa pojavom veb izdavačkih alata koji olakšavaju postavljanje sadržaja na internetu za korisnike koji nisu bili verzirani u složene programerske i softverske alate – znanje koje tada bilo potrebo da bi se uopšte pristupilo i nešto složenije radilo na netu.

Većina blogova su interaktivna, što omogućava posetiocima da ostavljaju komentare, pa čak i poruke jedni drugima preko jednostavnog korisničkog interfejsa, i to je to ključna interaktivnost koji ih razlikuje od drugih statičkih sajtova. U tom smislu, blogovanje može se posmatrati i kao oblik važnog društvenog umrežavanja. Blogeri ne proizvode i samo postavljaju samo određene sadržaje na svojim blogovima, već grade društvene odnose sa svojim čitaocima i drugim blogerima.

Mnogi blogovi se pišu na određene teme; drugi funkcionišu kao neka vrsta ličnih onlajn dnevnika; neki se bave onlajn oglašavanjem određenog pojedinca ili kompanije. Tipičan blog kombinuje tekst, slike i linkove na druge blogove, veb stranice, i druge medijime, koje se odnose na njegovu temu. Mogućnost da čitaloci ostavljaju komentare u interaktivnom formatu je važan doprinos popularnosti mnogih blogova. Većina blogova su primarno tekstualni, iako neki imaju fokus na umetnost (art blogovima), fotografije (foto blogovi), video (video blogovi ili "Vlogs"), muzika (MP3), i sl. Mikroblogovanje je drugi tip blogovanje, sa vrlo kratkim porukama. U obrazovanju, blogovi mogu da se koriste kao nastavni resurs. Ovi blogovi su nazivaju Edublogs.

## DA LI JE BLOG PRAVA STVAR ZA TEBE?

Ovo je prvo i osnovno pitanje kada dobiješ ideju da napraviš svoj blog i počneš da pišeš na njemu. U ovoj fazi uvek ima dosta nedoumica i lutanja, i idealno je mesto da se prave greške koje se kasnije teško ispravljaju. Pri tom, ovde se ne radi o tome da li ćeš tehnički savladati program potreban za pravljenje i održavanje bloga – to se podrazumeva. Stvar je u tome da li ćeš i kako PISATI za blog, i time ispuniti svrhu šta ćeš uopšte na blogu i što se uopšte baviš tim poslom.

### Provodiš vreme na Mreži

Uspešno i kvalitetno blogovanje (ne samo za tebe već i tvoju publiku; u suprotnom piši kući za fioku, lakše je), zahteva ogromnu količinu vremena i posvećenosti – nešto kao rad u rudniku, samo za računarem. Imaju i vidu da blogovanje ne prestaje kada napišeš i objaviš svoj članak (post). Umesto toga, očekuju te razne akcije u vidu promocije bloga i postova na njemu, odgovaranje na komentare čitalaca, posećivanje drugih blogera i sajtova, praćenje tema koje su od važnosti za tvoj blog, i sl. Većina ovih aktivnosti će se odvijati onlajn, to jest u realnom vremenu, a ti ćeš sedeti za računarem dok ti oči ne ispadnu, žena ostavi, a deca te zaborave.

Da bi bio uspešan bloger, dakle, moraš da voliš da pišeš, istražuješ, surfuješ netom i smaraš se sa tvojim obožavaocima i onima koji mrze svaku tvoju reč i činjenicu što uopšte postojiš.

### Voliš pisanje

Ako ti pisanje predstavlja muku, ili ti prirodno ne leži (nemaš potrebu da svaki dan zapišeš nešto, kako god to glupo bilo), onda verovatno blogovanje nije za tebe. Uspešno i kvalitetno blogovanje podrazumeva često objavljivanje i ažuriranje članaka, odgovaranje na mejlove i komentare, rekosmo, i sve tome slično. Zato, tvoj blog će imati smisla samo ako pišeš stalno, mnogo, i redovno. Pisanje mora da ti je u krvi: sve drugo će biti samo muka, čist gubitak vremena i zamajavanje sebe i ostalih sličnih skribomana.

### Strast za temom

Najvažnija stvar u vezi bloga je njegov sadržaj, odnosno teme o kojima pišeš. Uspešno blogovanje zahteva da bloger piše često, zanimljivo, značajno, korisno o svojoj temi, kako bi privukao nove čitaoce, bio zanimljiv svojoj postojećoj publici i naveo ih da se stalno i ponovo vraćaju njegovom blogu. Ako nisi dovoljno zainteresovan za svoju temu, ako pišeš onako, tek da ti vreme prođe, biće ti veoma teško da se uloguješ na svoj blog svakog dana i napišeš nešto novo. Zato piši o onome što te stvarno zanima, za čim imaš neodoljivu potrebu da nešto pametno i korisno kažeš, naučiš, поделиš sa drugima. Piši strasno i sa ljubavlju. To se uvek isplati i duhovno i materijalno (ipak, možda).

Da bi sve ovo funkcionisalo kako treba, mora da si posvećen, samodisciplinovan, uporan kao mazga, i da imaš snažnu motivaciju za svoj rad. Ako ovo ne prepoznaješ kod sebe, bolje odustani od blogeraja odmah. Poštedi se muke i problema.

## Voliš da kominiciraš i nije te strah od publike

Kao bloger, ti si neka vrsta javne ličnosti jer šalješ svoje poruke širokoj publici, slično kao pisac koji piše knjige. Samo, ovo je još gore jer tvoji čitaoci mogu odmah da te dohvate i razvlače po blatu ili lovorikama, kako ko. Iako je moguće da subverzivno deluješ po netu kao bloger anonimus, anonimnost ipak nije norma ( a ni normalno, jer zašto bi se neko krio ako već odluči da piše i svoje pisanije objavljuje?).

Da bi se privukla široka publika i stekao legitimitet u blogerskim i širim krugovima, važno je da se pojaviš svojim imenom i prezimenom, pravim identitetom i tako postaneš neko ko je živ, zdrav, kreativan i uspešan. To znači da imaš stomak i strpljenja da istrpiš i negativnu kritiku. Uostalom, to je tako ljudski. I porazi se tada pretvore u pobeде.

## Računar nije pauk u kupatilu

Iako ne mora da si neki ekspert za programiranje i računare, blogovanje ipak podrazumeva neku osnovnu tehnološku pismenost. Ako su ti računar i internet mrske stvari koje ti stvaraju muku, onda blogovanje verovatno nije za tebe. Doduše, ako imaš volju za učenjem, bez obzira što ti je Sonijev vokmen bio zadnja tehnološka revolucija, stvari se mogu značajno popraviti. Blogovanje i Internet su stvari koje se stalno menjaju, i mesta za konstantno učenje ima na pretek. Da bi postao uspešan i zadovoljan bloger, moraš imati volju za učenjem i stalnim poboljšavanjem kvaliteta svojih tekstova, kao i svih elemenata bloga u celini.

## LEKCIJA 1: PISANJE ZA BLOG

Svako pisanje, a u ovom slučaju kreativno pisanje, ima neke zanatske elemente i pravila koje je vredno poznavati, kako bi tvoje pisanje bilo uspešno i sa što manje grešaka. Prvi i osnovni preduslov za pisanje je, dakle, poznavanje maternjeg jezika i sposobnost da svoje misli umeš da pretočiš u neki smisleni iskaz, reči, rečenice, članak, roman, dramski komad, pesmu ili...tekst za blog. Pošto je ovaj priručnik posvećen kreativnom pisanju za blog, ovde ćemo se baviti osnovnim pravilima kreativnog pisanja, uz određene specifičnosti koje blog kao oblik izražavanja na internetu s sobom nosi.

Pisanje bloga je kao pisanje za neki časopis. Kao kada praviš svoj sopstveni interent sajt, potreban ti je sadržaj na tvom blogu kako bi ljudi bili zainteresovani da čitaju ono što pišeš. Jedna od najvažnijih stvari kod pisanja na blogu, jeste naslov tvog bloga: po njemu će te ljudi prepoznavati, razlikovati od drugih sličnih blogera, tražićete po internetu, i sl. Dakle, kada je u pitanju pisanje za blog, i uopšte formiranje jednog bloga koji će biti tvoj spisateljski medij, elektronska knjiga, časopis ili pamflet, moraš da vodiš računa o nekim generalnim pravilima. Prvo pravilo je kako da imenuješ svoj blog u odnosu na njegov sadržaj i temama kojima se baviš. Od toga će zavisiti i dizajn bloga, marketing i promocija tebe kao blogera, i dr.

### Kako nasloviti, ili imenovati blog?

Naslov je u osnov naziv koji ćeš dati tvom blogu. Ovaj naslov se razlikuje od naslova članaka, ili postova, koje pišeš na blogu. Na primer, naslov mog bloga je "Agitprop". Šta to znači? Naslov bloga bi trebalo da označava suštinu i karakter onoga što pišeš, o čemu pišeš, kako pišeš i šta želiš da saopštiš publici. Ako se baviš kulinarstvom, tvoj naslov će verovatno biti "Kuvanje u kući", ili nešto slično. Dakle, obično se naslov bira u skladu sa tvojim glavnim interesovanjem ili "nišom" koju si odabrao za svoje pisanje.

U mom slučaju, moje glavne teme za pisanje su bile propaganda, ubeđivanje, ljudska priroda. Glavni alati su mi bili eseji, kratke priče i komentari na društvena zbivanja.

Vrlo važna stvar prilikom odabira imena za blog jeste da odabereš ključne reči koje karakterišu tvoju glavnu temu ili ideju. Te reči će ti pomoći da te publika što brže i lakše nađe na interentu i da poveže tvoj blog sa ovakvim temam.

*Vežba. Napravi kratku listu najvažnijih tema o kojima ćeš pisati. Zatim, napravi još jednu listu u kojoj poređaj ključne reči koje karakterišu tvoje glavne teme. Nakon toga odaberi naslov tvog bloga u kome ćeš koristiti ove ključne reči. Napravi nekoliko varijanti, a onda odaberi tri koje ti se najviše dopadaju.*

### Naslovi za članke i postove

Po mom iskustvu, najbolji naslovi za tvoje postove su oni koji povećavaju saobraćaj na tvom blogu, jer u isto vreme privlače pažnju i povećavaju broj publike koja prati tvoj blog. Kako se to postiže? Naslovi postova moraju da putem ključnih reči odgovaraju glavnoj temi članka, ali u isto vreme i budu atraktivni, neobični, tako da odmah privuku pažnju čitalaca i nateraju ih da pročitaju ostatak teksta.

*Vežba. Odaberi članak koji si već napisao, (ili ako nemaš neki gotov, napiši jedan sasvim nov), i pokušaj da mu dat nekoliko naslova. Vodi računa da naslov maksimalno odgovara poruci, suštini i glavnoj ideji teksta. Sada odaberi prva tri koja ti se sviđaju. Od njih izaberi jednog favorita, i napiši objašnjenje zašto misliš da je to najbolje rešenje.*

Nakon nekog vremena i prakse, postaćeš sve bolji u definisanju naslova za tvoje tekstove. Jedan od dobrih načina za proveru kvaliteta ovih naslova jeste da pratiš statistike poseta blogu, kao i koje članke tvoja publika najradije čita. Tako ćeš saznati koje teme su najprivlačnije, šta tvoju publiku zanima, kao ključne reči i fraze koje najbolje funkcionišu u tvojim tekstovima.

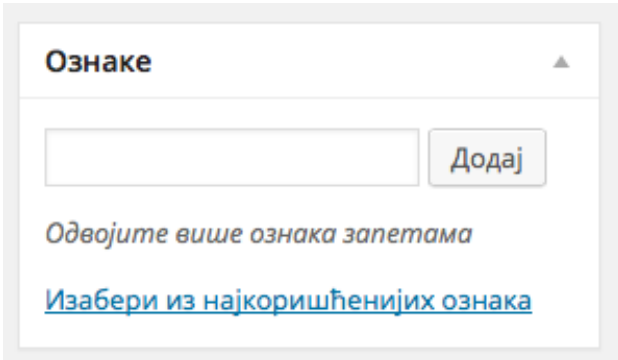
### Upotreba ključnih reči u člancima

Ključne reči u tekstovima na blogu imaju dve važne funkcije: prva je da obezbede jasnoću tvojih ideja i misli, a druga je da pomognu pri optimizaciji članka u pretragama po internetu i tako osiguraju što veću vidljivost i broj poseta tvom blogu. Kako se koriste ključne reči u člancima?

Vrlo jednostavno, ali mora biti dosledno. Važno je da odabrane ključne reči pomeneš više puta u tvom tekstu. Čak i kada pišeš vrlo kratak tekst, ili najavu od nekoliko reči ili rečenica, možeš uvek napisati kratak uvod o sebi i pomenuti ovih nekoliko ključnih reči.

*Vežba. Napiši kratak članak za fiktivni post (ili post koji već pišeš). Uradi ga udužoj i kraćoj verziji. Zatim proveri da li si koristio ključne reči za koje smatraš da su važne za tvoj članak i označi ga ih drugačijom bojom u tekstu. Sada uporedi razliku i napiši zašto je jedan bolji od drugog.*

Pored stavljanja ključnih reči u tekst, vrlo je važno da kada napišeš članak, staviš ključne reči i u poseban prostor koji se na tvojoj blogerskoj platformi nalazi u okviru strane za pisanje članaka. Ovaj prozor, koji se u srpskoj transkripciji zove "Oznake" (Tags, eng.), trebalo bi da popuniš sa ključnim rečima. To otprilike izgleda ovako:



Oznake ▲

Додај

Одвојите више ознака запетатама

[Изабери из најкоришћенијих ознака](#)

Ovo je vrlo važno jer će se ove oznake naći u pratećem delu tvog članka na blogu i pomoći će čitaocima i automatskim pretraživačima da lakše pronađu članak i

povećaju popularnost i broj poseta tvom blogu. Zato, obavezno popuni ovo polje! U protivnom, propuštaš dobru mogućnost promocije tvog pisanja. U blogerskom rečniku, ova aktivnost popunjavanja ključnih reči se zove – tagovanje.

### Pisanje članaka za blog

Svako kreativno pisanje (a i pisanje uopšte, rekao bih!), je često uvek prilično zahtevan i naporan posao. Nije lako se izboriti sa neraspoloženjem, manjkom inspiracije i ideja, nedostatkom vremena za pisanje, itd. Ovo "prokletstvo belog papira", je jedna od najvećih noćnih mora za svakoga ko se bavi pisanjem. Naročito ako se baviš pisanjem kao osnovnim, ili dodatnim poslom (unajmljen ste kao bloger za neku kompaniju, pišeš reklamne i promotivne tekstove i sl). Od tebe se zahteva kreativni um, veština pisanja i odlično poznavanje maternjeg jezika. Iz tog razloga, učenje veštine kreativnog pisanja, predstavlja imperativ za svakog koji je odlučio da piše, pa makar imao blog kao svoj lični dnevnik za porodicu i prijatelje.

Svaki čovek je prava mala fabrika ideja. Stvar je u tome kako će prepoznati, "uhvatiti" brojne ideje i pretočiti ih u neki pisani oblik. Ako si dobar posmatrač, ideje su svuda oko tebe. Misli o njima i zapiši ih. Sa druge strane, ideje za sam blog možeš potražiti i u srodnim blogovima koji su nalik na tvoj i bave se sličnim temama. Prouči kako drugi pišu. To će ti dati neke ideje i za tvoje pisanje. Nemoj ih kopirati, samo prouči stil, način pisanja, upotrebu jezika i sl.

### Dužina i oblik teksta na Blogu

U tehničkom smislu, pravilo je da ne postoji pravilo! Pišeš onoliko koliko tvoja tema zahteva. Ipak, postoje neki opšti parametri stečeni iskustvom i proverom u praksi, koji mogu da ti posluže kao orijentir za pisanje prvih tekstova. Opšti savet je da ti tekstovi budu jasni, sažeti koncizni u iskazu ideja i opservacija. Pogotovu za Blog, kao oblik pisanja na Internetu. Niko ne voli da čita "Rat i mir" na ekranu.

Opšte pravilo u vezi dužine članaka je da ne bi trebalo da budu duži od 200 do 1000 reči po članku. Ponavaljam, nemojte stiskati svoj tekst da bude kratak po svaku cenu, toliko da ugrozi i obesmisli ono što si hteo da kažeš. Pusti da reči teku. Ali, nemoj ni da preteraš, pa da ti se desi da od gomile reči na kraju ni sam neznaš šta si hteo da kažeš!

*Vežba. Napišite jedan post o temi koja vas zanima, tako da ima između 500 i 1000 reči. Zatim isti taj članak probajte da napišete u 200 reči ili manje. Uporedite obe verzije. Koja je bolja? Da li je sve jasno šta ste hteli da kažete. Kakv stil ste koristili? Da li ste uspeali da prenesete svoju osnovnu poruku čitaocima u obe verzije?*

Vodite računa da si u vežbi upotrebio ključne reči koje su važne za tvoj tekst. I da: po mom iskutvu, duži članci su bolji za blog!

### O čemu ćeš pisati?

Tema, odnosno sadržaj tvojih teksta je najvažnija stvar za tvoje pisanje i blog u celini! Niko ne voli da piše gluposti na svom blogu (a naročito ne voli da mu to neko drugi kaže, zar ne?!). Zato je važno da, pre nego što sedneš da pišeš, odrediš okvir, svrhu i globalne teme o kojima ćeš pisati. Vrlo je važno da se fokusiraš na tačno određen okvir pisanja, bez svaštarenja. Nije dobo pisati o receptima, delovima

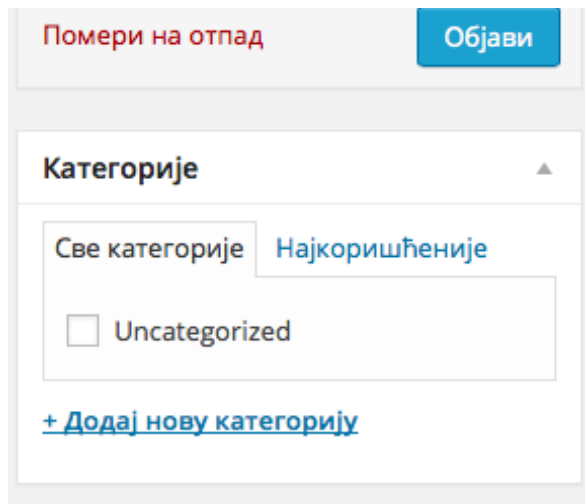
za automobile i iskustvima sa letovanja, i sve to na jednom blogu! U tom slučaju, tvoj blog će ostati lični dnevnik samo za tvoje prijatelje i familiju (što ne mora da bude loše, ako ti je to cilj!).

*Vežba. Definiši temu (ili teme?) o čemu ćeš pisati na svom blogu. Na jednom listu papira napravi spisak tema koje te zanimaju. Proveri sada da li su teme srodne i kompatibilne. Da li ih je mnogo? Koliko se razlikuju? Da li mogu da se "prepakuju" u nekoliko srodnih tema. Sada suzi tu listu, tako da ostane jedna ili dve teme. Napiši na drugom listu papira za svaku od tema (ili za jednu, ako vam ti samo ta ostala) spisak ključnih reči.*

Zapamti: što je tvoj fokus na teme uži, tvoj će blog biti dosledniji i uspešniji. Najbolje je imati samo jednu temu! Ako to nije moguće, postaraj se da su sve srodne i da dele mnogo zajedničkih osobina. Na primer, kada sam pravio blog za kreativno pisanje, vodio sam računa da tu bude i nekoliko dodatnih tema koje su sve srodne i imaju zajedničku osnovu: osnove kreativnog pisanja, pisanje za blog, poslovno pisanje i kopirajting. Sve ove teme bave se kreativnim pisanjem u srodnim oblastima, zar ne?

### Korišćenje kategorizacija

Skoro sve platforme za osnivanje i pisanje blogova imaju jednu mogućnost koja poboljšava čitavost i pretragu tvojih tekstova kako unutar samog Bloga, tako i na Internet mreži. Ova tehnička mogućnost se zove kategorizacija i predstavlja jedno malo polje u prozoru za pisanje tekstova koje je potrebno popuniti. Evo kako to obično izgleda:



U ovom prozoru je potrebno pritisnuti dugme "Dodaj novu kategoriju", a onda upisati u koju grupu tema spada članak koji si upravo napisao. Na primer, ako si napisao najnoviji recept za pitu sa sirom, onda će tvoja kategorija verovatno biti "Pite". Prilikom planiranja i osmišljavanja generalnog izgleda Bloga, uvek je dobro da unapred definišeš kategorije koje će se nalaziti na Blogu.

Jedna od najčešćih grešaka mnogih blogera je što ovu kategorizaciju obično zaborave. Međutim, ona je vrlo važna jer blogu daje jasnoću, preglednost i olakšava

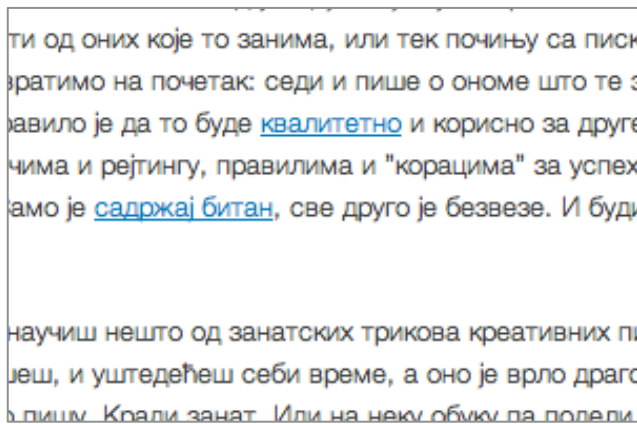


čitaocima da pronađu članke i teme koje ih zanimaju. Takođe, kategorizacija pomaže i pretraživačima interneta da povećaju popularnost i čitanost tvojih članaka.

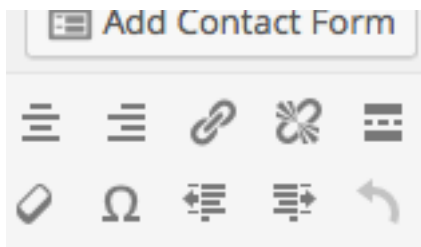
### Povezivanje članaka

Prilikom pisanja za blog, ovo povezivanje ili "linkovanje", je stvar koji mnogi blogeri, na žalost, ne koriste, čime znatno umanjuju kvalitet svog objavljivanja na blogu. Vrlo je važno da kreiraš veze, odnosno linkove na tvom blogu. Ove veze se kreiraju na dva načina: unutar teksta koji si napisao, i posebno kreiranje spoljnih veza ka drugim blogovima ili internet stranicama koje su ti važne.

*Unutrašnji linkovi.* Ove veze se kreiraju unutar teksta, i pojavljuju se kao podvučene reči ili rečenice, koje će klikom miša odvesti čitaoca do nekog drugog članka ili reference koje si ranije napisao. Tu se obično nalazi neka srodna tema, ideja, poruka ili referenca koju čitalac može naknadno pročitati i dodatno se informisati o onome šta si želeo da kažeš. Linkovanje obično u tekstu izgleda ovako:



Ubacivanje ovih veza je vrlo jednostavno, dovoljno je da tekst označiš mišem, a zatim iz menija u prozoru za pisanje članka odabereš ikonu za ubacivanje linka, a zatim odabereš tekst sa vašeg bloga koji želiš da povežeš sa tvojim člankom. To otprilike izgleda ovako:



Važno je da se ne pretera sa upotrebom ovakvih linkova, kako se čitaoci ne bi zbunili i provli više vremena u pregledu linkova, a ne čitanju osnovnog teksta.

*Spoljašnji linkovi* su slična varijanta obogaćivanja teksta sa dodatnim informacijama, ali su usmereni na spoljašnje internet stranice koje sadrže dodatne

informacije koje dopunjavaju osnovni tekst. Tehnički, povezuju se isto kao i procedura koja je opisana za unutrašnje veze.

*Vežba. Uzmi jedan od tvojih tekstova (ili napiši novi ako ga nemaš) i probaj da ga povežeš sa nekim od ranijih članaka. Potrudi se da linkuješ samo ako je nešto važno, a ne svaku reč ili pojam koji ti se učini interesantnim. Nakon toga, napši na posebnoj listu papira zašto si ubacivao ove veze i kako je to pomoglo kvalitetu tvog teksta.*

### Učestalost pisanja članaka

Kod pisanja za Blog vrlo je važno da...bloguješ! To znači da kada si jednom otvorio Blog trebalo bi da onda često pišeš i objavljuješ na njemu. Na žalost, postoji mnogo blogova koji su veoma retko aktivni, imaju siromašan sadržaj, ili ih vlasnici naprosto zaborave.

Ključna stvar za dobar i uspešan blog je da često objavljuješ tekstove: ako ne svaki dan, onda barem nekoliko puta nedeljno. Vaša publika to očekuje, i to je jedan od razloga zašto čitaju vaše tekstove: očekuju da ih vi zabavite, naučite nečemu, posavetujete, ili podelite sa njima slična razmišljanja. Iako ovakav tempo rada može izgledati suludo, previše zahtevno ili u najmanju ruku čudno, što ređe pišete to će vam se publika sve manje vraćati i ubrzo izgubiti interes za vaše pisanje.

Zapamtite: redovno i često objavljivanje postovaje od životne važnosti za uspeh vašeg bloga i širenje vašeg uticaja na publiku. Takođe, učestala frekvencija promena i ažuriranja tekstova pomaže da se rejting vašeg bloga u pretraživačima održava na visokom nivou!

### Upravljanje komentarima čitalaca

Komentari vaših čitalaca na vašem blogu su glavni oblik interakcije sa vašom publikom. To je veoma važno i to je ono što Blog razlikuje od pisanja za novine, televiziju ili druge medije. Publika želi da komunicira sa vama i potrebno je da im to i omogućite. Takođe se i od vas očekuje da se uključite u diskusije i komentare na drugm sličnim blogovima koje pratite. Na taj način, uzajamnom interakcijom sa posetiocima i drugim blogerima, brusite vaš duh i vašu kreativnost, a u isto vreme postojano širite svoju publiku.

Pored pozitivnih i negativnih komentara koje ćete sasvim sigurno dobijati za vaše pisanje, suočićete se i sa velikim brojem "spamova", odnosno neželjenih i zlonamernih komentara. Većina platvformi za blogovanje (wordpress, Blogger, Blogspot i sl), imaju uspešnu automatsku zaštitu koja će vas poštediti problema. Drugo, vi sami imate mogućnost da odobravate ili ne odobravate komentare čitalaca koji vam se sviđaju ili ne sviđaju. Pazite da ne preterate u tome. Nije dobro puštati samo hvalospeve sopstvenoj kreativnosti: dopustiti i poneku kritiku! To ne samo da je zdravo za vaš kritički duh i rad, već i daje utisak da prihvatate kritike i da ste spremni za dijalog sa svojom publikom.

## LEKCIJA 2: PISANJE PRVOG ČLANKA (POSTA)

Ako postoji išta teže na ovom svetu, onda je to kreiranje prvog članka, ili posta. Namerno kažem KREIRANjA. Prepostavljam da si počeo/la da pišeš blog kako bi se kreativno izrazio putem pisane reči, i da je to razlog što čitaš ovaj priručnik (u suprotnom nemoj da gubiš vreme). I da: problem kod pisanja je što je svaki post uvek kao i prvi! To je najveći dar kreativnog pisanja i kreativnosti uopšte. Svaki početak je uzbudljiv, uvek se stvara nešto novo, nepoznato, novi izazov, nova patnja i zadovoljstvo. Uostalom, zato smo i ovde, zato pišemo na blogu, zato stvaramo!

Iako ne postoji idealan savet kako da se napiše najbolji članak za tvoj blog, ipak postoje neka pravila i saveti koji su jako korisni u pisanju postova. Oni služe kao orijentir proveren u iskustvu i zasnivaju na sledećim principima:

- Izbor teme
- Kreiranje naslova članka
- Uvodni pasus
- Poenta
- Poziv na akciju
- Pričanje priče
- Likovi i karakteri
- Tačka gledišta
- Kontrola kvaliteta
- Objava posta (tajming)
- Promocija članka
- Diskusije i komentari

*Vežba. Na praznom listu papira prepisi ovih 12 principa i napiši kratko obrazloženje i ideju za svaku od njih. To će nam poslužiti kao osnov za prelazak narednih lekcija, a tebi ko vodič i koncentracija napora za pisanje.*

## LEKCIJA 3: IZBOR TEME

### Izbor teme, odnosno sadržaja članka

Tema, odnosno sadržaj, je navažnija stvar na jednom blogu. Kako doći do teme, o čemu pisati, kako napraviti pravi izbor i privući publiku?

Svaki čovek koji misli je prava mala fabrika ideja. One su svuda oko nas, treba samo pažljivo posmatrati i beležiti ih redovno, jer dobre i loše ideje imaju tenenciju da "pobegnu", da se izmigolje, i posle ih je teško setiti se. Kreativno pisanje na Blogu (ali i uopšte), je nesumnjivo jedan od najtežih vrsta pisanja ali svakako donosi i mnoge vredne nagrade (pre svega one duhovne). Dok su većina vrsta komercijalnog pisanja (marketing, kopirajting, poslovno pisanje) usmerene na marketing i prodaju, cilj kreativnog pisanja je da zabavi i nadam se, da pokrene tebe i tvoju okolinu na razmišljanje, omogućavajući tvojoj publici da formira sopstvene zaključke o raznim važnim i manje važnim temama i događajima.

U cilju poboljšanja veštine i širenje repertoara kreativnih ideja za pisanje, stalno vežbanje i pisanje je neophodna stavka u tvom pisanju za blog. Da bi ovo postigao i uvek bio u spisateljskoj formi, možeš da koristiš kratke, ali zahtevne vežbe pisanja, kako bi tvoje pisanje uvek bilo sveže i aktuelno. Ako izabereš barem jednu ideju za kreativno pisanje sa ovde predložene liste svakog dana, uskoro ćeš videti ogromno poboljšanje u tvom pisanju.

U svakom procesu kreativnog pisanja, bez obzira da li je u pitanju proza ili poezija, suočavaš se sa osnovnim elementima drame: tvoja priča mora da oživi, potrebno je vešto tkanje osnovne linije priče, integracija konflikata, drama, napetost i neizvesnost koja drži čitaoca da sa entuzijazmom okreću stranice ili skroluju po ekranu nestrpljivo.

Ovde imamo pet ideja za kreativno pisanje, koje su generičkog karaktera, i koje uvek možete koristiti iznova i iznova. Predmet pisanja se menja sa svakim ponavljanjem, tako da ova lista je praktično neiscrpna.

1. Predmeti: pogledajte po tvojoj kući. Osvrni se oko sebe. Svaki predmet koji vidiš može biti zgodna tema i inspiracija za vežbu. Recimo da izabereš crnu kožu, šešir širokog oboda, sa kožnom trakom i srebrnim aplikacijama. Opiši njegov fizički izgled detaljno. Da li taj šešir ima istoriju? Gde i zašto si ga kupio? Da li ga koristiš kao šešir za kišu kada idete u šetnju? Ili je to lična stvar? Daj tom šeširu život.

2. Okolina i stvari: Razglednice, fotografije, slike pejzaža, ili jednostavno ono što vidiš ispred vašeg prozora su svi kandidati za ideju kreativnog pisanja. Ova vežba je idealna za razvoj veštine prikazivanja i opisivanja. Podesi raspoređenje koje slike izazivaju u tvojoj mašti. Umesto da se baviš tehničkim opisom, napiši kratku priču, ili pesmu, koja opisuje tvoja osećanja. Ako si, na primer, odabrao Van Gogovu sliku, "Zvezdana noć", umesto da kažeš, „nebo je tamno plavo, ispunjeno zvezdama“, napiši nešto kao „intenzivno noćno nebo kovitla u vrtoglavu mešavinu plave, sa zvezdama na nebu što me je podsetilo na noć kada moja najbolja prijateljica zauvek otišla ...“. Ovo sigurno skreće pažnju čitaoca i proizvodi ono najvažnije u kreativnom pisanju – emocije.

3. Društveni događaji i značenja: svako ima tračeve koje voli da sluša . Recimo da za temu vežbe uzmeš zanemarivanje životne sredine. Ili primitivizam ljudi. Izaberi određenu oblast, kao što je seča šuma u Srbiji, i uništavanje utičišta divljih životinja utočište. Piši svoju priču iz perspektive uticaja na određenu vrstu životinja, ili zemljišta, odnosno čovečnosti uopšte .

4. Razvoj likova i karaktera u priči: ovo je jedna od najtežih elemenata kreativnog pisanja za većinu pisaca . Razmisli o nekome koga poznaješ, ko je zanimljiv, prepoznatljiv, lik. Napiši kratku priču sa ovom osobom kao centralnim karakterom. Akcije ovog lica, interakcije, način govora i kako on rešava sukob će biti od koristi da se naslika slika u umu čitaoca. Ova vežba takođe pomaže da se razviju veštine u dijalogu .

5. Slike iz života: Upravo si otišao u prodavnicu i nepristojni kupac ti je zagazio na nogu i počastio te laktom u rebra bez toliko potrebnog "izvinite". Kako si se izborio sa situacijom? Postoji najmanje pola tuceta rešenja koje se ovde mogu razvutu. Iskoristi ih sve .

Samo ovih pet ideja za kreativno pisanje mogu da ti obezbede mesec dana svakodnevnog vežbanja. Kada si napisao naročito uspešan tekst, pusti ga pred publiku za kritiku. Uskoro ćeš postići značajna poboljšanja u tvom pisanju, kao i osvojiti prepoznatljiv stil i to samo tvoj!

*Vežba. Odaberi neku od gore predloženih tema, ili izaberi nešto od tema koje već pišeš na svom blogu. Napravi listu od 5 ideja i napiši kratko obrazloženje za svaku od njih. Naposletku, odaberi samo jednu temu za koju misliš da je najbolja i detaljno opiši o čemu ćeš sada pisati i zašto.*

## Kreiranje naslova članka

Nakon odabira teme, sledi najvažnija stvar za tvoj članak na blogu. **Naslov**. Alfa i Omega tvog blogerskog života! Slično kao i u štampi (dnevne novine, magazini, knjige, reklmani materijali...), naslov tvog članka je prvi, a često i jedini (!) susret publike sa tvojim tekstom. Bez dobrog naslova, tvoj tekst ne mora uopšte ni da postoji, jer osim što privlači pažnju potencijalnog čitaoca, on služi i kao ključna reč (reči) za pretraživanje u brouseru i tako privlači potencijalnu publiku na tvoj blog i postove na njemu.

Dobar naslov ne znači samo naznaku o čemu si odlučio da pišeš, on prenosi suštinsko značenje tvog članka i tako dodatno motiviče čitaoca da nastavi sa čitanje, pa čak i da potraži slične tekstove koje si pisao na svom blogu.

Dobar naslov ne samo što mora da privuče pažnju potencijalnog čitaoca, već uvek mora da jasno naznači **korist** ili neku vrstu **nagrade** (duhovne ili materijalne), u zamenu za vreme koje će publika potrošiti na čitanje tvog teksta.

Iako postoje brojne varijacije na temu koji osnovni principi u pisanji naslova postova za blog, najvažnije je da znaš 8 ključnih vrsta nalova koji se pišu za članke na blogu:

**Direktan naslov.** Kao što i sama reč kaže, ove vrste naslova jasno i nedvosmisleno kazuju čitaocu o čemu se radi u postu, bez mnogo pametovanja i lepih prideva. Na primer, naslovom kao što je "30% popusta na sva izdanja", čitaocu jasno saopštavaš šta nudiš i o čemu se tu radi.

**Indirektan naslov.** Ovakav naslov ima suprotan, indirektniji pristup. On pokušava da zainteresuje čitaoca nekim pitanjem, dilemom ili znatiželjom, na koju se odgovara u tekstu tvog članka. Oni su često dvosmisleni, ili u formi male zagonetke, kojom se golica znatiželja. Na primer, "Dobro slovo mnogo znači", za tekst koji se bavi kvalitetom pisanja, može biti intrigantan jer nagoveštava smisao teksta koji sledi.

**Novinski naslov.** To su naslovi koji sami sebe objašnjavaju, po principu "što u izlogu to u radnji". Ova tehnika je preuzeta iz tabloidnog novinarstva. Stil ovakvih naslova su neka vrsta najave, objave, saopštenja, ili direktne objave sadržaja, obično u bombastičnom stilu. Na primer, "Pogledaj najnoviji softver PISANJE 2.0", ili "Intervju sa dokoličarem", i sl.

**Naslov KAKO DA?** Naslovi koji u sebi sadrže ovo čuveno pitanje-ponudu, spadaju u jedne od najefektnijih načina privlačenja pažnje publike! Raslog tome je što ljudi po svojoj prirodi vole da saznaju kako da urade ovo ili ono, da dobije neki savet, korisno uputstvo, i slično, i na taj način dobiju pomoć u rešavanju svojih problema. Primer za ovakav naslov može biti "Kako da u 5 koraka postaneš pisac", "Kako da pišeš za blog", itd.

**Komandni naslov.** Ovde sama reč kaže da se radi o nekoj vrsti neopozivog zahteva čitaocu. On često predstavlja i poziv na akciju stavljen u naslov teksta. Kod ovakvog naslova uvek je najvažnije da PRVA reč bude komanda ili zahtev. Na primer, "Popuni prijavu i pretplati se", "Klikni ovde i vidi detalje".

**Razlog ZAŠTO.** Ova vrsta naslova, koja u sebi sadrži reč ZAŠTO, vrlo dobro korespondira sa KAKO DA naslovima. Obično se koristi kao naslov tekstovima koji sadrže neke liste praktičnih stvari, upustava i sl. "10 razloga zašto da postaneš blogger", ili "Zašto voliš kompjuterske igre", su primeri za ovakve naslove.

**Naslov SVEDOČENJE.** Svedočenja nekoga o nekome ili nečemu, su takođe vrlo efektni oblici naslova za tvoj tekst. Ljudi vole da iz prve ili proverene "ruke" dobiju utisak ili mišljenje o nekom pitanju. Svedok može biti neko ko je stručnjak za neko pitanje, zadovoljni korisnik usluge, ili neko sličan od autoriteta. Koriste se prave reči nekoga od svedoka, koje se stavljaju u naslov, često kao citat pod znacima navoda. "Treba pisati za blog svaki dan – kaže Petar Petrović najpoznatiji stručnjak za IT u Srbiji". Ili, "Pisanje znači život" – Ivo Andrić. I tome slično.

Dakle, još jednom: zašto su naslovi ovako važni? Neke statistike kažu da 8 od 10 ljudi (80%) sigurno pročita naslov članka, a svega 2 od 10 (20%) pročita ostatak teksta! To je tajna, a u isti vreme i krunski razlog zašto su naslovi ovako važan deo pisanja teksta za blog.

I zapamti još jedno važno pravilo: svaki element tvog teksta na blogu ima samo jednu jedinu svrhu: da se tvoj članak čita i zapamti od strane publike. Ako tvoj čitalac stane kod naslove i ne ide dalje, onda tvoje pisanje prosto – nema svrhu.

*Vežba: Odaberi neki od tvojih članaka, ili napiši potpuno nov, a onda pažljivo ispiši najamanje tri naslova koji misliš da odgovaraju ideji, temi ili suštini tvog*

*članka. Analiziraj da li ispunjavaju neki od uslova u ovoj lekciji i zašto. Nakon toga odaberi jedan naslov za koji misliš da je najbolji.*

## Uvodni pasus

Uvodni pasus ili “lid” (Lead,eng.), predstavlja najvažniji deo teksta koji pišeš za blog, po važnosti odmah iza naslova. Uvodnik predstavlja “otvaranje”, odnosno početnu rečenicu u prvom pasusu nekog članka, ili priče. Svrha i važnost uvodnika je da zaokupi pažnju čitaoca i da ga motivše da nastavi sa čitanjem ostatka teksta.

Ovi pasusi u promotivnim tekstovima različitih vrsta (internet strane, prodajna pisma, saopštenja za štampu...), igraju istu ulogu kao i oni koji se pišu u klasičnim štampanim reklamnim oglasima. Bez obzira koliko je naslov teksta efektan, ako uvodni pasus ne zainteresuje čitaoca da nastavi sa čitanjem teksta, smatra se da je tekst u celini neefikasan. Ukoliko se to dogodi, publika neće primiti ključnu poruku tvog posta.

Postoji nekoliko oprobanih načina da se tekst za blog započne na zanimljiv način, efektним uvodnikom:

- Ispričaj uzbudljivu priču
- Izjavi neku interesantnu činjenicu
- Postavi provokativno pitanje
- Naglasi odličnu ponudu
- Istakni važnu korist
- Citiraj zadovoljnu mušteriju
- Obećaj nešto značajno
- Koncentriši se na glavni problem

Uvodnici mogu biti veliki izazov zabavan za pisanje. Slično kao i kod naslova, korisno je da napraviš nekoliko verzija (može i u formi skice), a onda da odabereš onaj koji ti se čini da će biti najefikasniji za ciljnu publiku kojoj je reklamni tekst namenjen.

*Vežba. Napiši uvodni pasus, najviše u četiri –pet rečenica o nekoj temi koju izabereš. Proveri da li uvodniku ima nekih od principa koji su nabrojani u tekstu iznad vežbe.*

## Sadržaj bloga / tekstova