

Как вести блог

Момент истины в блогинге наступает тогда, когда вы начинаете писать сообщения. Лучшие программы, самые мощные серверы и команда замечательных специалистов не помогут вам добиться успеха, если вы пишете не то, что нужно, не так, как нужно или не тогда, когда нужно.

В этой главе мы расскажем, как соединить инструментарий, находящийся в вашем распоряжении, с вашими знаниями и талантами, чтобы создать сногшибательный контент, который привлечет к себе внимание и получит высокую оценку.

Страсть и целеустремленность

Авторы лучших блогов – активно читаемых и обсуждаемых – относятся к своим сайтам с пылкостью и одержимы идеей создать выдающийся сетевой ресурс. Успех страстных и содержательных блогов опирается на три фактора – частое обновление, превосходный контент и ценность для целевой аудитории. Чтобы создать не просто хороший, а замечательный блог, важно разобраться, как эти факторы действуют совместно.

Основное внимание – контенту

Посадите в одну комнату десяток успешных блогеров – и тут же начнется обсуждение спорных вопросов блогосферы: плохо ли иметь частичные

каналы синдикации? надо ли модерировать комментарии? если надо, то как? есть ли толк от тегов? и далее в том же духе. Вы быстро убедитесь, что вопросов, по которым опытные блогеры сходятся во мнениях, не так много. И одно из тех редких положений, которые не оспариваются в этом сообществе, гласит, что аудитории нужен значимый для нее контент, вызывающий у читателей желание посещать сайт вновь и вновь.

Блогеры с большой и преданной читательской аудиторией знают, что соблюдение этого правила не только вызывает чувство удовлетворенности у читателей, но и порождает большой трафик. С течением времени это может принести блогеру репутацию «властителя умов», что, как мы отмечали в главе 2 «Направленность вашего блога», является одним из главных мотивов для создания блога.

Приверженность контенту означает, что написание постов становится неотъемлемой частью вашей жизни. Вы постоянно оглядываете горизонт в поисках тем, о которых можно написать, и обдумываете, как сделать их интересными вашим читателям. Ниже мы расскажем о специальных методах, помогающих создать виртуальную «сторожевую башню» для обнаружения новых предметов обсуждения.

Если стратегия успеха заключается в создании захватывающего контента, то тактика должна быть направлена на свежесть его подачи. Блогосферу часто критикуют за сходство с «эхокамерой» – материал лишь многократно повторяется и опутывается ссылками без какого-либо развития или осмысления.

Исследование, проведенное в 2005 году Калифорнийским университетом в Беркли, подтверждает, что читатели блогов предпочитают новый материал «отраженному» контенту. Как говорится в отчете, «подавляющее большинство участников исследования отмечают, что хороший пост должен содержать новую информацию или хотя бы подробные комментарии к вопросу, в котором автор является экспертом».

Можно часто увидеть посты типа «Герн Блэнстон написал сегодня в своем блоге, что корпоративное управление внезапно стало главной проблемой отрасли, занятой разведением хомячков». Сравните это вот с таким постом: «Герн был не вполне точен в своем сообщении. Вчера я обнаружил интервью, которое главный экономист группы компаний “Грызуны” дал в 1998 году, и он еще тогда предупреждал о кризисе, назревающем в отрасли...». Первый пример – простое пережевывание, тогда как второй дополняет и усиливает материал. Вместо «по этому адресу лежит интересная статья об отпуске на Мауи» лучше написать «в этой статье говорится о нашем любимом ресторане на Мауи; если попадете туда, постарайтесь получить столик на балконе, откуда открывается прекрасный вид на закат». Ссылаясь на существующий пост, не пережевывайте его – усильте и дополните.

Еще лучше по возможности создавать сообщения, не основанные на том, что написано в другом блоге. Старая мудрость советует писать о том, что вы знаете – а о своем бизнесе вы наверняка знаете немало. Используйте свой уникальный личный опыт и свои знания для создания оригинального контента – и пусть другие его пережевывают.

Пишите для своей аудитории

Блоги появились как площадка для самовыражения авторов, которые писали на темы, волнующие их самих. Их читателями становились те, кого заинтересовали эти тексты. В такой «эгоцентрической» модели блогер пишет для себя, не слишком задумываясь о потребностях своей аудитории. Преимущество этого подхода в том, что о своих личных интересах блогеры пишут часто и с увлеченностью. При этом взаимопонимание между автором и аудиторией возникает само собой.

В бизнес-блогах не учитывать аудиторию при написании сообщений нельзя. В главе 1 «Знакомьтесь: блоги» мы описали несколько типов блогов, которые может вести компания, и каждый из них отчетливо ориентирован на определенную категорию читателей. Когда вы стремитесь привлечь в блог конкретную аудиторию, писать обо всем, что придет в голову, – не лучшее решение.

Интуитивно понятно, что число ваших читателей будет расти, если вы изучаете потребности и вкусы аудитории и формируете контент с их учетом. Об этом свидетельствует и опыт газетной индустрии: исследование, проведенное Институтом изучения читательской аудитории Северо-западного университета, показало, что газеты, стремящиеся выяснить и удовлетворить потребности своих читателей, более успешны. Как было отмечено в отчете за 2002 год, «выявлена четкая и сильная связь: с ростом ориентации газет на читателя количество читателей также демонстрировало тенденцию к росту».

Издания самого разного толка десятилетиями изучают интересы своих читателей. Для этой задачи подходят многие инструменты – опросы, фокус-группы, интервью. Чтобы лучше разобраться в ценностях своей аудитории, мы используем службы опросов, такие как Zoomerang и SurveyMonkey.com, а благодаря системам мониторинга трафика вроде Mint и Google Analytics мы определяем, какие посты собирают больше кликов. (О трафике мы поговорим в главе 8 «Мониторинг блога и управление им».)

В распоряжении блогеров есть мощный инструмент, недоступный большинству других изданий и веб-сайтов: одобрения и критика непосредственно в комментариях к постам подсказывают направление дальней-

ших усилий. Как отмечали в 2005 году ведущие блога TamsPalm (<http://tampalm.tamoggemon.com>), посвященного Palm OS, «сотни анонимных комментариев помогли нам уточнить тематику и улучшить содержание». Даже если на вашем сайте нельзя оставить комментарии, поисковые машины для блогов, такие как Technorati, PubSub и Google Blog Search, позволят легко выяснить, что о ваших сообщениях говорят на других сайтах.



СОВЕТ. Не позволяйте комментариям становиться единственным маяком для вашего блога. Комментарии лишь один из факторов, самое важное — иметь здравые идеи, твердые принципы и оставаться самим собой.

Для создания сообщений, более точно ориентированных на целевую аудиторию, блогеры могут применить тактику, которую десятилетиями используют средства информации, — организовать «редакционный совет». Включение в этот совет известных и влиятельных фигур может дать также определенный рекламный эффект. Воспользовавшись таким приемом при открытии Blog Business Summit, мы очевидным образом улучшили контент и подтолкнули рост трафика.

Пишите чаще

Увлеченные и целеустремленные блогеры постоянно помещают на свои сайты новый контент. Опытные авторы блогов знают, что блог привлекает тем больше внимания, чем чаще в него пишут. Одна из причин этого в том, что Google при определении релевантности сайта учитывает частоту его обновления. При прочих равных условиях блог, в котором новые сообщения появляются несколько раз в день, будет котироваться гораздо выше, чем блог, контент которого пополняется раз в неделю. Google учитывает также строку темы сообщения, поэтому большее количество уникальных для блогосферы тем позволит вам чаще попадать в результаты поиска.

По этой причине на многих популярных сайтах можно обнаружить массу коротеньких постов. Их авторы стараются разбивать длинные статьи на несколько более коротких и конкретных. Например, вместо пространной статьи о разрабатываемом вами продукте можно написать несколько коротких постов об анализе рынка, работе с дизайнерами, создании прототипа, организации производства и т. п. В целом следует стремиться разбить тему на возможно более мелкие фрагменты — это не только повышает рейтинг вашего сайта у поисковых машин, но и соответствует принятому в Сети стилю общения.

Блогер Джеффри Зельдман (Jeffrey Zeldman, www.zeldman.com), ведущий блога A List Apart, на собственном горьком опыте убедился, что отсутствие постов резко снижает трафик. Оставив свой сайт без новых статей на несколько недель, он обнаружил ошеломляющее падение трафика. В итоге он переработал сайт, поместил на него новые статьи, стал часто обновлять и вскоре триумфально отметил возвращение высокого трафика. Чтобы предотвратить падение посещаемости, многие блогеры на время своего отпуска или работы над каким-либо проектом (например, книгой) просят подменить себя или нанимают для поддержания активности в блоге других людей.

Хотя простых и надежных правил для определения оптимальной частоты обновления блогов нет (Google не раскрывает, каким именно образом интенсивность обновления учитывается при подсчете рейтинга), анализ частоты появления новых постов на 100 самых популярных блогах, отслеживаемых Technorati, показывает, что в среднем на них публикуется пять-шесть сообщений в день. Ряд блогеров, варьируя частоту постов и анализируя при этом величину трафика, утверждают, что минимально необходимое число постов составляет три в неделю, а заметный прирост трафика начинается при трех и более сообщениях в день. Лучшее правило, вероятно, предложил Базз Брюггеман (Buzz Bruggeman): размещать новые посты нужно «чаще, чем это делает ваш ближайший конкурент».

Увлеченность и целеустремленность могут сделать блог вашим любимым занятием, которое служит прагматическим целям бизнеса. Если вы поймете, что от вас требуется, и примените многочисленные инструменты, имеющиеся в вашем распоряжении, ничто не помешает вашему блогу занять достойное место в списке лучших. Во многих жизненных начинаниях успех определяется энтузиазмом и самоотверженностью.

Как начать диалог

Есть слово, которое чаще других ассоциируется со словом «блог», – это «диалог». В вышедшей в 2001 году книге «The Cluetrain Manifesto» Док Сирлз (Doc Searls) и Дэвид Вайнбергер (David Weinberger) убеждают бизнес перестать рассматривать сетевые сообщества как «цели» («targets») и предлагают взамен формулу «рынки – это диалоги» («markets are conversations»).

Многие серьезные бизнес-блогеры твердо уверены, что их компаниям необходимо успеть на этот поезд. Они создают блоги, которые не только призваны стимулировать обсуждение в Сети, но и сами почти целиком написаны разговорным языком.

Вероятно, вы ставите перед собой задачу привлечь посетителей, побудив их комментировать ваш контент и ссылаться на него. Ясный, искренний и доступный стиль общения значительно способствует этому.

Естественность и человечность

Если вы действительно хотите привлечь читателей, избегайте стиля, устоявшегося в отделах маркетинга и связей с общественностью. Неестественная напыщенность пресс-релизов и сайтов крупных корпораций обычно воспринимается читателями хуже, чем неформальный и искренне звучащий голос.

Есть ряд доводов в пользу естественной разговорной манеры в рекламном тексте. Прежде всего, это просто хороший стиль. В качестве учебника для начинающих мы можем порекомендовать книгу «Элементы стиля» Уильяма Странка и Э. Б. Уайт («The Elements of Style» by William Strunk and E. B. White). Авторы книги рекомендуют «избегать всякой манерности, искусственности и украшения». Вместо них проповедуются «понятность, простота, аккуратность, искренность». В книге «Как написать хороший текст» («On Writing Well») Уильям Зинссер (William Zinsser) отмечает: «За хорошим текстом всегда виден его автор».

Другая преимущество разговорного стиля состоит в том, что он формирует более близкие отношения между вами и вашей компанией с одной стороны и читателями – с другой. Это не просто интуитивное предположение, а проверенный факт: исследование, проведенное в 2006 году Колледжем журналистики и средств массовой информации Университета Северной Каролины в Чэпел-Хилл, подтвердило, что корпоративным блогам свойственно наделять организацию «человеческим обликом», и что «восприятие приемов общения (разговорность, человечность, демонстрация приверженности отношениям) в значительной степени коррелирует с возникающим отношением (доверие, удовлетворенность, сдержанная взаимность, приверженность)». Иными словами, разговорный стиль в блоге помогает формировать у клиентов положительное отношение к компании.

Разговорный стиль на письме – не совсем то же, что разговорная речь. Автор должен внимательно писать текст, а после тщательно его редактировать. Суть разговорного письма – в особой стилистике: разговорный текст должен быть простым (без жаргона и цветистости), притягательным (дружеским, предполагающим ответ), откровенным (искренним, а не рекламным), деловитым (говорите по существу) и занимательным (не забывайте о юморе).

Сравните фразы «Нам удалось выяснить, что преобладающая причина отказов микропроцессорной техники связана с проблемами головок чте-

ния/записи» и «Компьютеры часто выходят из строя из-за плохих жестких дисков». Первая – громоздкая и трудно воспринимаемая; вторая – разговорная, простая, легкая для понимания.

Чтобы овладеть разговорным стилем, почитайте другие блоги и почувствуйте, как пишут их авторы. Посмотрите статьи о стиле на A List Apart (<http://www.alistapart.com/articles/writebetter>) и относитесь к блогингу, как к электронным письмам, отправляемым всему миру. Возможно, стиль вашей переписки с друзьями подойдет и для вашего блога.

Полезно иметь под рукой справочники (типа упомянутой выше книги Странка и Уайт), особенно если вы не уверены в своем знании грамматики¹. Прекрасный способ обрести уверенность – учиться на практике, посылая побольше постов. Аудитория Д. Кейта Робинсона (D. Keith Robinson, www.7nights.com/asterisk/) помогла ему улучшить навыки создания текстов, предлагая свои варианты и даже редактируя его орфографию и синтаксис!

Мы при написании длинных постов проверяем правописание в Word, чтобы не пропустить очевидные ошибки. Кроме того, мы обмениваемся между собой черновиками постов с просьбой высказать мнение.

В статье «Как лучше писать веблог» Деннис А. Мэйхони (Dennis A. Mahoney) заметил: «В 1994 году можно было заманить тысячу читателей (в свой блог) рассказом о плесени под холодильником. Сейчас, даже если вы отлично пишете, сотня постоянных читателей – уже удача». Ключ к успеху – писать так, как если бы ваши читатели вам платили, и убеждать их подписаться на ваш RSS-канал. Для этого вам нужно иметь что сказать и уметь сделать это внятно.

Интересность и выразительность

Одна из главных причин популярности блогов никак не связана с Google, каналами RSS или какими-нибудь техническими «наворотами». И прежде, и сейчас люди читают блоги потому, что там находят отражение личный опыт. Блог представляет взгляд изнутри, позволяя увидеть картину, не отполированную журналистикой. Именно такие материалы востребованы и охотно принимаются читателями. Повернувшись в этом направлении, вы можете сделать свой бизнес более открытым и найти такой способ самовыражения, что привлечете к себе читателей, – пусть даже ваша страница и не насчитает к концу года миллиона просмотров.

Авторы, не боящиеся экспрессивности, делятся своим опытом и, благодаря анекдотам, юмору и чувствам, предстают в своих текстах живыми

¹ Превосходное отечественное руководство по этой теме – многократно переизданный «Справочник по правописанию и литературной правке» Д. Э. Розенталя (последнее издание на момент подготовки перевода – М.: Айрис-Пресс, 2006 г.). – *Примеч. ред.*

людьми. Они избегают общих мест и не лениятся потратить время на поиск такого слова, которое действительно передаст их чувства. Каким был вечер – просто «замечательным» (зевок) или «напомнившим детство и летний вечер на крыльце»?

Мы советуем авторам не погружаться в обыденные детали повседневной жизни (кому интересно утреннее меню вашей кошки?), но давать читателям представление о том, кто вы.

В самых популярных блогах часто очень много личного. Некоторые из них напыщены (www.andrewsullivan.com), есть и такие, которые раскрывают подробности сексуальной жизни автора (www.washingtonienne.com/blog.html). Хотя бизнес-блог не должен превращаться в экибиционистский сайт, некоторый оттенок пикантности постам не повредит (в той мере, в какой это не противоречит нормам компании). Автор становится ближе читателям, когда они чувствуют в нем не просто средство передачи информации.

Во многих популярных технических блогах можно найти посты об отпусках, обедах в ресторане и других личных впечатлениях авторов. Не бойтесь добавлять такие изюминки, если они вписываются в ваш стиль. Читатели будут благодарны вам за разумные дозы личного в ваших текстах, а вам это облегчит писательский труд.

Краткость и деловитость

Меньше значит лучше. Пространные посты – знак непрофессионализма автора. Хорошие блогеры стремятся к простоте. Чем меньше лишнего, тем проще и быстрее читатели поймут ваши главные мысли, и тем легче станет ваш писательский труд.

Чтобы добиться краткости, полезно перед публикацией сообщения еще раз прочитать и сократить текст. Мы часто делаем паузу и начинаем систематически удалять слова, пока фрагмент текста не очистится от лишнего. Следует избавляться от слов и фраз вроде «в сущности», «в силу того обстоятельства, что...», «проявляют тенденцию» и пр. Все слова, не несущие смысловой нагрузки, нужно убирать.

Сравните два предложения:

- «Обеспечьте выбор такого программного обеспечения для блога, в котором есть ориентированные на поддержку сообщества читателей функции, позволяющие осуществлять двусторонний диалог между автором и читателем».
- «Купите программу с функцией комментирования».

Видите, какой результат может дать тщательная прополка?

Хороший блогер общителен, краток и вкладывает в свои тексты частичку своей души. Если вы пока еще находитесь в поиске индивидуального стиля, почитайте другие блоги и подсмотрите приемы, которые могли бы подойти лично вам. Чем больше читаешь, тем лучше пишешь.

Как произвести впечатление

От самого великолепного текста не будет никакого толку, если никто его не прочтет. Примите в расчет факторы, влияющие на поисковую доступность ваших постов, – и численность вашей аудитории возрастет.

Есть несколько приемов, повышающих вероятность того, что люди найдут ваши посты и окажут им предпочтение перед прочими.

Контент, который найдут

Если вы стремитесь максимально расширить круг своих читателей, вам предстоит решить, как озаглавливать посты. Строки темы вверху каждого сообщения имеют большой вес у поисковых машин, а программы чтения RSS-каналов обычно показывают только заголовки, пока читатель не щелкнет по ним, чтобы прочесть остальное.

По этим причинам опытные блогеры тратят заметное время на подбор таких слов и фраз, которые, по их ожиданиям, будут заданы в строке поиска потенциальными читателями. Кроме того, они формулируют строку темы с таким расчетом, чтобы читателю захотелось увидеть весь текст.

Обе цели легко достижимы, если избегать загадочных, невнятных и мудреных формулировок. Темы вроде «Прочтите это», «Как вам кажется» или «Че за фигня?» никак не увязаны с потребностями того, кто ищет информацию, и вряд ли будут настолько заманчивы, чтобы захотелось читать дальше. Удачными в обоих отношениях могли бы оказаться фразы типа «В моем iPod завелись призраки», «Как я нахожу дешевые авиабилеты» или «Как получить работу в Google».

Первым абзацам ваших текстов поисковые машины присваивают более высокий вес, чем последующим, поэтому все относящиеся к делу понятия нужно вводить в текст сообщения по возможности ближе к началу. В главе 7 «Запуск блога и привлечение внимания» мы подробнее расскажем, как подобрать ключевые слова, которые будут наиболее значимы для вашей аудитории.

Больше ссылок

Одно из правил, которых мы придерживаемся в своих блогах, требует наличия в каждом посте хотя бы одной исходящей ссылки. Кому-то эта идея покажется глупой – зачем своими руками давать посетителю возможность легко покинуть ваш сайт и перебраться на другой? Один наш знакомый менеджер старой закалки, работавший в компьютерной прессе, руководствовался «политикой тупика» (как мы ее называем): никаких ссылок наружу. Это означало, что сайты его компании не должны подсказывать каких-либо способов покинуть их. Показательно, что когда один из бывших сотрудников этого менеджера стал блогером и создал сайт, состоящий почти исключительно из исходящих ссылок, этот сайт стал гораздо более известен, чем онлайн-вый клоповник его прежнего работодателя.

Есть много аргументов в пользу того, что исходящие ссылки на вашем сайте оправданны и служат вашим же интересам. Во-первых, похоже, что Google любит сайты, которые в разумном количестве ссылаются на страницы других сайтов – особенно тех, которые Google считает «авторитетными». Во-вторых, благодаря исходящим ссылкам вас скорее заметят. Многие блогеры скрупулезно изучают журналы посещений, и если ваш сайт начнет приводить к ним визитеров, это, скорее всего, привлечет их внимание. Возможно, они напишут комментарий или разместят у себя встречную ссылку. А еще это просто хороший тон, и такие действия характеризуют вас как достойного члена сообщества блогеров.

Главная же причина, пожалуй, состоит в том, что хорошие ссылки представляют ценность для вашей аудитории. Они могут прояснить или подкрепить вашу позицию и позволят читателям узнать о ней больше. Снабженная полезным описанием ссылка на ценный ресурс может послужить для нового посетителя поводом подписаться на ваш канал или присоединиться к списку почтовой рассылки.

Провокационность

Что мы твердо знаем – так это то, что наши посты, написанные с толикой провокационности, получают больше кликов, ссылок и комментариев, чем более мягкие тексты. Разногласия замечательно стимулируют энергичное общение и заставляют людей задуматься. Там, где это допустимо, мы рекомендуем всем блогерам осторожно пользоваться раздражителями для привлечения внимания.

Дерзость – не синоним агрессивности. Некоторые блогеры построили свою карьеру на злобности и постоянно демонстрируют воинственность, чтобы их заметили. Как избалованные дети, они моментально ошетиниваются практически по любому поводу, их тексты пропитаны негативом и зачастую просто оскорбительны. Не уподобляйтесь им.

Провокационность может быть положительной. Иногда, чтобы вызвать бурную реакцию, достаточно задать вопрос типа: «В блоге X отключили комментарии... Неужели не нашлось лучшего способа борьбы со спамом?» Горячую дискуссию может породить простое сообщение о некоем факте. Когда мы упомянули в блоге, что поиск в Google фразы «Robert Scoble» возвращает гораздо больше страниц, чем поиск названия одной из ведущих мировых PR-компаний, читатели обратили на это внимание: один занимается блоггингом всего несколько лет, тогда как другая за десятки лет выпустила тысячи пресс-релизов. Кто-то из читателей возразил, что «PR-компании для того и существуют, чтобы рекламировать своих клиентов, а не самих себя», еще один заметил, что «упоминание в Google – не самый точный критерий»... Мы радостно потирали руки: чем больше людей вступало в разговор, тем больше у нас было трафика и ссылок.

Не мнитесь у стенки, когда все танцуют. Предлагайте темы, задевающие людей за живое. Помогайте дискуссии разгореться. Ваши читатели будут только благодарны, а ваше присутствие в блогосфере упрочится.

Одного блогера «достали» автоответчики – и он разместил в сети «шпаргалку», описывающую способы быстро добраться до живого человека при звонках в службы поддержки доброго десятка компаний. Неприемимость по отношению к порядкам, заведенным в крупных корпорациях, принесла его сайту (www.gethuman.com) колоссальную популярность.

Всего несколько простых приемов могут дать ощутимый прирост известности и количества читателей. Думайте о том, что люди ищут на поисковых машинах и как подписчики принимают решения, тщательно подбирайте темы, способные вызвать оживленное обсуждение, – и ваш блог не затеряется в массе других.

Создание сообщений

Публикация постов – сердце блоггинга, и чем более умело вы это делаете, тем лучше ваш блог. Блогеры не похожи друг на друга, но есть ряд стандартных средств и приемов постинга, дающих преимущество независимо от стиля.

Следите за новостями

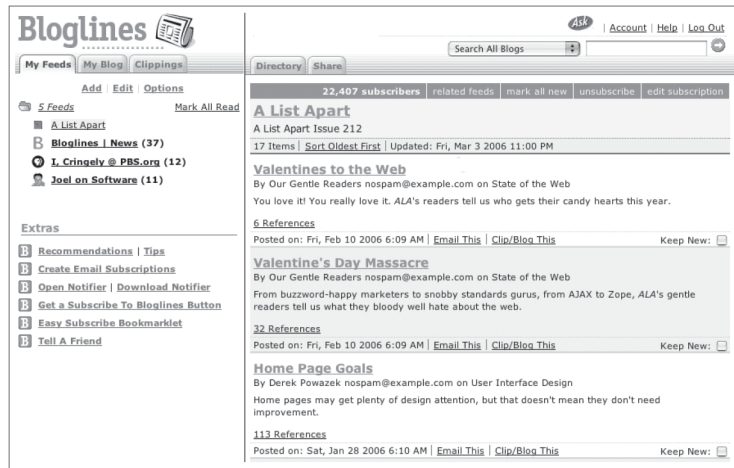
Иногда кажется, что у выдающихся блогеров есть какое-то шестое чувство, позволяющее им обнаруживать самую свежую информацию в своей предметной области. Регулярно опережая другие сайты с публикацией важных сведений, вы получаете преимущество перед ними, и лучшие

блогеры знают, как поспеть за самыми свежими новостями. Есть сотни инструментов и трюков, помогающих быть в курсе событий в вашей нише рынка, но здесь мы приведем самые действенные, которые сразу выдвинут вас вперед.

Самое главное – немедленно начинайте пользоваться какой-нибудь программой или службой чтения RSS-каналов. Ваша программа чтения новостей должна стать чем-то вроде центрального пульта, на который будут стекаться все запрошенные вами данные. Она будет представлять в одном месте содержимое всех RSS-каналов, на которые вы подписались. Лучшие блогеры в качестве центра обработки информации используют веб-сайты типа Bloglines (www.bloglines.com, см. рис. 6.1) или такие компьютерные программы, как NewsGator для PC или NetNewsWire для Mac. Управлять подписками позволяют также десятки других программ и сайтов, включая основные веб-браузеры.

Рис. 6.1.

Bloglines – популярное онлайн-средство чтения новостей, с помощью которого можно управлять подписками с любых сайтов, генерирующих синдицированные каналы новостей



Одно из преимуществ веб-сервисов типа Bloglines состоит в том, что они позволяют вам получить доступ к вашим каналам из любого места и с любого компьютера – как при работе с почтой Hotmail или Yahoo!. Некоторые предпочитают работать с настольными приложениями, поскольку хотят иметь доступ к информации даже при отсутствии подключения к сети. Если вы сядете в самолет и запустите NewsGator, то сможете заняться чтением всех своих недавно загруженных каналов. А вот попытка зайти на Bloglines на высоте 10 тысяч метров закончится провалом (если только авиакомпания не предоставляет доступ к Интернету во время полета!). Другое преимущество пользования настольной программой чтения новостей – возможность фильтровать загруженные каналы. Например, NetNewsWire может выполнять поиск в тысячах загруженных новостей и затем фильтровать их по ключевым словам. Допустим, вы

подписаны на несколько десятков блогов, посвященных винам, и хотите получить сигнал, когда в каком-либо из них всплывет упоминание «Уолла-Уолла»², – с настольным приложением это легко организовать.

Допустим, программа чтения новостей у вас заработала, и теперь вы можете агрегировать все эти RSS-каналы. Возникает следующая проблема: какие каналы получать? Здесь начинается самое интересное. Хорошенько разобравшись со всеми способами, которыми можно подписаться на информацию, вы откроете для себя настоящую сокровищницу полезных сведений. Есть миллионы различных каналов, но с точки зрения подписки их можно разбить на три обширных категории:

Подписка на каналы сайтов. Обнаружив интересный вам блог (или иной сайт с поддержкой RSS-каналов), подпишитесь на него с помощью своей программы чтения новостей. После этого в нее будет перебрасываться вся новая информация, публикуемая на этом сайте, если только там не введены какие-либо ограничения.

Подписка на поиск в блогах/RSS. Мощь каналов во многом проистекает из возможности получить результаты поисков в других блогах. Вероятно, вы уже пользуетесь поисковыми машинами типа Google или Yahoo!. Они весьма полезны при поиске ответов на конкретные вопросы, но нет простого способа получить от них уведомление о том, что появились новые сведения, отвечающие критерию поиска. Если вы хотите заставить Google подавать вам сигнал каждый раз, когда он обнаружит новое упоминание о вашем конкуренте, вам это не удастся.

К счастью, есть специализированные машины для поиска по блогам, которым можно задать критерий поиска, чтобы потом получать результаты поиска непосредственно в программе чтения новостей в виде RSS-канала с автоматическим обновлением при появлении новых объектов. Такие поисковые сайты, как Technorati, PubSub, Feedster и другие, сканируют блоги (и прочие сайты с новостными каналами) и дают возможность подписаться на результаты поиска. Вступив в эту игру с некоторым опозданием, Google тоже создал собственную машину поиска по блогам (www.blogsearch.google.com/), на результаты поиска которой тоже можно подписаться как на канал. Когда мы писали эту книгу, главная страница Google еще не предлагала бесплатной подписки на результаты поиска.

Подписка на несиндицированный контент. Можно подписаться на RSS-каналы конкретных блогов, можно получать по подписке результаты поиска в содержимом RSS, однако в Сети есть большой объем информации, на которую невозможно подписаться обычным путем. Разве не здорово

² Долина Уолла-Уолла – одна из AVA – «американских винодельческих территорий» (или апелласьонов) штата Вашингтон. (О значении сокращения AVA и слова «апелласьон» см. сноску на с. ###). – *Примеч. ред.*

было бы получать обновленный контент, даже если он не синдицирован? К счастью, существуют способы увидеть в программе чтения новостей информацию, не предназначенную для распространения через RSS.

Как Google, так и Yahoo! предлагают специальные страницы поиска в новостях и постоянно ищут срочные новости в газетах, на телевидении и в других источниках. Многие из того, что они находят, по RSS-каналам не поступает, но сами результаты поиска могут доставляться по подписке. Вот здесь-то и можно ввести имя своего конкурента, чтобы автоматически получать все его новейшие пресс-релизы в своей программе чтения новостей. К сожалению, ни Google, ни Yahoo! News не смогут отследить упоминание компании на неновостных сайтах, но и без того это хороший способ поиска важной информации.

Мало кто знает, что поисковая машина Microsoft MSN позволяет сохранять в виде каналов результаты обычного поиска. Это означает, что вы можете получать связанные с определенной темой обновления на неблоговых сайтах по мере их обнаружения поисковой машиной. Мы пользуемся MSN во многом благодаря этой особенности. Инструмент далек от совершенства, поскольку выдает повторяющиеся результаты, но это прекрасный способ получать информацию, до которой еще не добрались другие блогеры.

Инструменты постинга

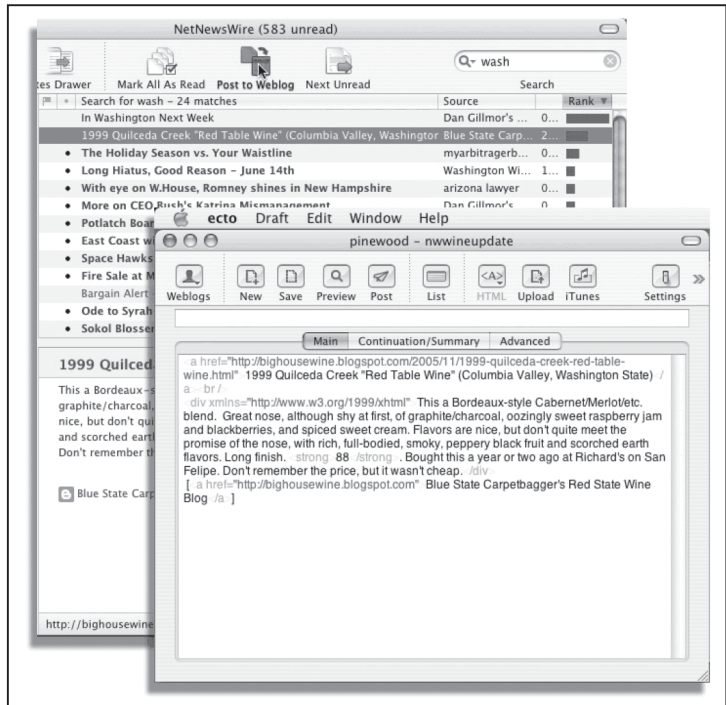
В главе 5 «Инструментарий и реализация» мы рассказали, что настольный блог-редактор позволяет вам писать посты и управлять контентом даже тогда, когда вы находитесь в офлайне. Плодовитым блогерам настольное приложение совершенно необходимо не только по причинам, уже изложенным выше, но еще и потому, что некоторые редакторы тесно интегрируются с программой чтения новостей. Такая интеграция дает громадные преимущества тем, кто пишет часто и стремится держаться на гребне новостной волны.

Если программа чтения новостей и редактор сообщений способны общаться друг с другом, вы можете легко и быстро «пересадить» обнаруженную вами интересную статью или пост в свой блог, снабдив комментариями и рассуждениями. Такая «бесшовная» операция гораздо удобнее утомительной цепочки копирований и вставок из одного приложения в другое. В считанные секунды вы создаете пост из информации, только что появившейся на вашей машине.

Чтобы быстро размещать наивсвежайшую информацию в новых постах на всех наших сайтах, мы используем комбинацию из NetNewsWire (программа чтения новостей) и Ecto (настольный редактор, см. рис. 6.2).

Рис. 6.2.

Пост, просматриваемый в NetNewsWire, можно автоматически передать в ряд блог-редакторов, включая Ecco



Можно составить тандем из программ NewsGator или FeedDemon (две отличные программы чтения новостей) и BlogJet (высоко котируемый настольный блог-редактор).

Поскольку и для чтения новостей, и для редактирования блогов существуют десятки инструментов с разными возможностями взаимодействия, мы советуем сначала изучить программы для чтения новостей и отобрать те, у которых есть нужные вам функции, а потом выяснить, с какими редакторами они совместимы. Сведения об этом должны быть на веб-сайтах тех программ чтения новостей, на которых вы остановились.

КОД ДОЛЖЕН БЫТЬ ЧИСТЫМ

Мы уже писали, что чистая и соответствующая стандартам HTML-разметка, которую порождают движки блогов, имеет ряд преимуществ по сравнению с HTML-кодом обычных сайтов, генерируемым под управлением баз данных. Код, который нравится Google и легко читается разнообразными устройствами (сотовыми телефонами, PDA, программами чтения экрана вслух), открывает вам доступ к аудиотри, недостижимой для других сайтов.

Многие годы мы говорим своим клиентам и участникам мероприятий, на которых выступаем, чтобы они не портили хорошее дело и не захламляли свои посты избыточным HTML-кодом. С помощью HTML действительно можно ввести в посты дополнительное форматирование, которое улучшит их читаемость, но получающийся код зачастую не соответствует стандартам..

Например, HTML-разметка, которую порождает Microsoft Word, по большей части нестандартна и слишком тяжеловесна по сравнению с простым HTML-кодом, пользующимся уважением Google. К тому же такой код может оказаться нечитаемым для устройств, в которых отсутствует Windows Internet Explorer. Word стоит использовать только для набора текста и проверки правописания, но не для форматирования. Мы обычно переносим текст копированием и вставкой из Word в программы, работающие с простым текстом, а уже оттуда — в движок блога или блог-редактор.

Преобразовать форматированный текст в обычный, не вызывающий проблем, можно путем вставки текста из Word в такие программы, как Text Edit или BBEdit на Mac, либо с помощью утилит буфера обмена типа Clip Strip для Windows. Другой способ, уничтожающий следы форматирования Word, — сохранить документ Word в формате простого текста (с расширением .txt) и затем перенести его в блог-редактор копированием и вставкой.

Если вы не обладаете навыками виртуозной работы с HTML, но хотите добавить элементы форматирования — жирный шрифт, курсив и т. п., — воспользуйтесь встроенными средствами движка или блог-редактора (Ecto, BlogJet и т. п.). Эти инструменты обычно создают простую HTML-разметку, соответствующую стандартам.

Время для ведения блога

Как мы не раз уже говорили, частые и своевременные посты, стимулирующие обсуждение, могут привлечь внимание к вашему сайту. Основу для этого закладывает процесс публикации сообщений. Как и в любом другом деле, если вы подойдете к вопросу систематически и выделите для этого занятия достаточно времени, вас ждет успех.

Найти время для блога может оказаться проблематичным, и даже некоторые видные блогеры с трудом изыскивают возможность для публикации нескольких постов в день. Многие утверждают, что можно набрать необходимый темп, если добросовестно посвящать поискам и публикации сообщений один или два часа ежедневно. Кто-то считает лучшим временем для работы с блогом раннее утро или поздний вечер. Как бы вы ни построили свое расписание, зарезервируйте определенное коли-

чество минут или часов для ежедневных наблюдений, размышления и творчества – это сослужит вам хорошую службу.

Как организовать свою работу – решать вам, мы же опишем процедуру, которой пользуемся мы сами и ряд других блогеров.

Работа начинается с обзора поступивших комментариев. Какие-то из них могут требовать ответа, а кто-то из читателей мог дать ссылку на материал, который нужно посмотреть и проанализировать. Ваши читатели – душа и сердце вашего блога, и часто именно они подсказывают верное направление движения.

После этого мы читаем почту. Немало важного материала может поступить от друзей, родственников и коллег. Лакомые кусочки складываем в отдельную папку, которая понадобится, когда придет время постинга. Даже не подлежащая публикации информация в почте может направить мысль в новое русло, приведя к созданию содержательного поста. По мере роста популярности вашего сайта вы все чаще будете получать от читателей материалы, которые можно положить в основу сообщений.

Обследуем несколько ключевых сайтов, которые могут содержать важную информацию в сфере наших интересов, но не имеют RSS-каналов. Регулярно посещая эти сайты, вы имеете шанс сорвать банк, обнаружив новый материал, о котором еще никто не высказался. Мы обожаем такие места, куда редко заглядывают другие блогеры.

На этом этапе уже могут обозначиться какие-нибудь критические темы, о которых надо написать как можно скорее. Если это случилось, не мешкая пишем сообщение, в противном случае продолжаем собирать материал.

Затем уделяем немного времени изучению статистики трафика: могут обнаружиться переходы с какого-то доселе неизвестного ресурса. Посещение этого ресурса, чтобы посмотреть, кто же заговорил о нас, может привести в результате к неожиданным творческим идеям.

После этого смотрим, что нового в синдицированных каналах. Обычно программы чтения новостей позволяют пометить отдельные элементы, поэтому быстро просматриваем список и отбираем то, к чему надо вернуться позднее. За час можно просеять несколько сотен сообщений, поэтому в течение дня вы можете изучить содержимое сотен сайтов – все зависит от имеющегося у вас времени.

Систематический подход к постингу позволит вам с каждым днем писать все больше и лучше. При этом вам вовсе не обязательно копировать наш метод, хотя мы надеемся, что какие-то приемы окажутся для вас подходящими.

ЭКОНОМИМ ВРЕМЯ

Опытные блогеры знают, что сценарии JavaScript — это небольшие фрагменты кода, вставляемые непосредственно в HTML-разметку шаблонов для расширения функциональности веб-страниц. Это стандартный способ размещения на страницах простых элементов типа рекламных объявлений, опросных форм, полей для подписки на новости или окон поиска по сайту.

Сценарии JavaScript полезны, но не следует путать их с серверными сценариями и плагинами для движка, которые могут управлять работой базы данных вашего блога. Сценарии JavaScript могут влиять только на внешний вид и поведение страниц блога, но они не способны управлять базой данных, которая генерирует эти страницы. Чтобы контролировать данные, которые хранит и обрабатывает программное обеспечение блога, вам потребуется доступ к серверу, а службы хостинга обычно его не предоставляют.

Если вы хотите сэкономить время при форматировании вводимого текста, попробуйте поработать в модуле Markdown with SmartyPants. Это широко распространенная программа, которая умеет автоматически создавать простой HTML-код. Одна из ее замечательных особенностей — способность самостоятельно превращать введенные простые команды форматирования в более сложный код. Например, набранный вами текст

Щелкните эту [ссылку](http://foo.com)

преобразуется в

Щелкните эту <p>ссылку</p>

С помощью коротких команд можно легко получить форматированный список, горизонтальные линии, переносы строк и многое другое.

Усилия, затраченные на создание постов, привлекающих читателей и вносящих в общение свежую струю, обязательно принесут свои плоды. Несколько месяцев работы — и вы заметите, как ширится ваша аудитория и растет мастерство.

В главе 7 мы поделимся некоторыми профессиональными секретами, позволяющими увеличить интерес к блогу и привлечь в него еще больше посетителей.