

نصائح لكتابة مقالات إلكترونية أفضل

في المتوسط هناك (8) أشخاص من أصل (10) يقرأون العناوين فقط واثنين فقط يقرأون باقي المقالة، وهنا تكمن القوة الساحرة في كتابة العنوان والتي تحدد أهمية المقال ومدى الاهتمام من قبل القراء. فالعنوان هو البداية ... ومن خلاله يتم جذب القارئ لمتابعة قراءة بقية المقال وعدم تركها والانتقال إلى موقع آخر. كتابة عنوان جذاب يعطي القارئ وعداً بإيجاد معلومات حول هذا العنوان أو إيجاد حلول للمشكلة التي يطرحها العنوان، فعين القارئ تتفحص المقال قبل البدء بالقراءة.



الناس تبحث عن إجابات:

فالقارئ يبحث عن إجابات وحلول لأسئلته ومشاكله، فهو يسأل دوماً العديد من الأسئلة ومنها:

- هل الفيديو المنشور مع هذه المقالة يتضمن على المعلومات التي أريدها؟
- هل العرض التقديمي المرفق يحتوي على معلومات تساعدني في اجتماعي القادم لإبهار مديري أو زبوني؟
- هل بقية المقالة ستزيد من معرفتي أم ستشعرنني بالملل؟

فالعنوان المدروس هو واحد من أهم عناصر الخبر عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك أو تويتر لمتابعة آخر الأخبار، فتويتر جعل كتابة العناوين فن بحد ذاته وذلك بسبب عدد الأحرف التي يمنحها للكاتب وهي (140) حرف لجذب انتباه القارئ.



مقدمة المقال:

مقدمة المقال هي أكثر جزء مهم بعد العنوان، فكتابتها هي فن وليس علم وهي التي تحدد استمرارية القارئ في متابعة القراءة أو المضي قدماً وتجاهل الخبر ككل. فعند كتابة المقدمة يجب مراعاة ما يلي:

- إ طرح سؤالاً: تحدى ذهن القارئ من خلال إشراكه في التفكير.
- حاول البدء باقتباس، فهذا يجعل القارئ يستمر بالقراءة لمعرفة ما يكمن وراء الفقرة التالية مثل: "عش كما لو كنت تموت غداً، وتعلم كما لو كنت تعيش إلى الأبد" - غاندي.
- إ طرح قصة قوية أو شخصية: فراوي القصص شغل الناس منذ اكتشاف النار، وسرد القصة القوية أو الشخصية قد يكون الرابط لإبقاء القارئ أو المستمع مشغولاً بمتابعة الأحداث.
- حاول اقتباس الحقائق أو الإحصائيات المخرية: فعند الكتابة عن الفيسبوك يمكن طرح معلومة مثل "دقيقة من أصل ثمانية دقائق تقضى على الإنترنت هي على الفيسبوك".
- اخلق سياق للمقال: فخلق سياق فريد للقصة يساعد على الوصول الأمثل للجزء الرئيسي للمقال. زد القارئ بخلفية عن النقاش أو الحل الذي تريد الوصول إليه في نهاية المقالة.
- اخلق صورة ذهنية: إبداء المقال بكلمات مثل "تخيل ... " أو "هل تتذكر ...".
- إ لجا إلى القياس: يمكن استخدام بعض من عبارات القياس لجذب انتباه القارئ أكثر مثل "الكاتب بدون مدونة مثل البائع بدون هاتف".

الكلمات المفتاحية: إن استخدام الكلمات المفتاحية مهم جداً كون المقال مكتوب لنوعين من الجمهور وهما: قارئ المقال ومليون خادم لشركة جوجل التي تقوم بعملية الفهرسة للعناوين والكلمات المفتاحية. فمن المهم الكتابة بشكل طبيعي مع وضع الاعتبار لجوجل وغيره من محركات البحث.

اجعل من العناوين الفرعية محفزاً للقراءة: فالعناوين الفرعية هي عناوين مصغرة تبدأ بها فقرات معينة تغري القارئ في مواصلة القراءة للبحث عن الإجابات في المقالة أو إثارة الاهتمام في موضوع المقالة.

أضف بعض الصور: يقال أن "الصورة تغني عن ألف كلمة" وتجذب القارئ أكثر لمتابعة المحتوى لمعرفة المزيد من المعلومات، وقد توضح أفكار يصعب الكتابة عنها.

أضف مقطع فيديو: فمقطع فيديو من دقيقتين قد يوصل الفكرة للقارئ ويشرح محتوى يزيد عن (500) كلمة. تذكر أنك تأخذ من الإنترنت منبراً لك وهذا بحد ذاته يتطلب محتوى غني بالتفاعل.

إلجاء إلى الروابط: فالروابط التشعبية من أهم ميزات الإنترنت وتقديم الروابط للقراء يرفع من مستوى

الثقة في المقال المكتوب ويعطي القارئ المزيد من المعلومات إذا ما أراد المتابعة في البحث عنها. ويمكن من خلال الروابط تقديم مقالات سابقة للجمهور.

نسق وحرر المقال: من المهم تنسيق المقال بطريقة تسهل على القارئ الوصول إلى المعلومات وتجذب انتباهه وتحببه بمتابعة القراءة من خلال استخدام الخطوط المائلة والتعداد الرقمي أو النقطي.

لا تنسى أن تطلب من القارئ فعلاً معيناً بعد الانتهاء من القراءة: مثل طرح التساؤل التالي: "ماذا ستفعل اليوم بعد ما تعلمته من هذا المقال؟"

الخاتمة: وهي جزء مهم في المقال يغلق الحلقة التي دار بها القارئ في البداية. من الممكن أن تأخذ شكل تصريح أو سؤال أو معلومة ما توضح المغزى من المقال . تذكر أيضاً أن الخاتمة محكمة الكتابة تشكل أكبر إغراء لجعل القارئ يتابع مقالاتك القادمة.

