

شیوه نامه نگارش مقالات در یاس وب

نگارش: یاسر امینی

ویراست اول : اسفند ۱۴۰۲

یاس وب برای پیشبرد اهداف خود به **محتوای سودمند، حرفه ای و موثر** نیاز دارد. تمامی تولیدکنندگان محتوای شاغل در یاس وب به رعایت دستورات این شیوه نامه ملزم اند و مطلب خارج از معیارهای این شیوه نامه به نویسندگان آن عودت داده خواهد شد و از وی خواسته میشود تا آن مطلب را تصحیح، ویرایش یا بازنویسی کند. بدیهی است که پس از اصلاحات خاسته شده مطابق با شیوه نامه، یاس وب به پرداخت حق الزحمه مقرر هر محتوا ملزم خواهد بود.

زمان بهترین دارایی ماست و ما قصد گرفتن آن از شما و خودمان را نداریم. بنابراین در چند قدم بدون کلام اضافه آنچه باید برای تولید محتوا در یاس وب بدانید را با شما در میان خواهیم گذاشت و در پایان قوانینی که هر چند تکراری هستند اما هنوز مهم هستند را یادآور می شویم:

قدم اول) سایت مورد نظر را بشناسید: سایت کسب و کار را بررسی کنید و درک کنید که هدف از راه اندازی این سایت چه بوده است؟ چه ماموریتی را در پیش دارد؟

قدم دوم) هدف از تولید هر مقاله را بدانید: هدف از تولید یک مقاله کمک است! اگر محتوایی کمک نکند پس ارزشی هم ندارد. زمان مخاطب برای ما ارزشمند است و نباید با مطالعه محتوای بی ارزش تلف شود. اولویت اول برای ما تولید محتوای با ارزش و عمیق است که بعد از خواندن آن مخاطب احساس کند چیزی یاد گرفته است یا کاری را آموخته که باید همین الان آن را انجام دهد.

قدم سوم) اگر ترجمه می کنید لطفا گوگل نباشید: اگر قرار باشد مقاله ای دقیقا کلمه به کلمه مانند نسخه انگلیسی آن فارسی شود این کار را گوگل هرچند دست و پا شکسته انجام می دهد و دیگر نیازی به سپردن آن به فردی برای انجام کار نیست. برای ما اینکه شما محتوایی را ایجاد می کنید مهم است اما مهم تر از آن این است که آن محتوا واقعا سرگرم کننده است؟ یا بهتر بگوییم به صورتی هست که فرد را تا انتهای مقاله دنبال خود بکشاند؟

بهترین مترجمین از نظر ما افرادی هستند که متنی را خوانده و آنچه به خودشان کمک می کند یا آنچه برداشت میکنند را می نویسند.

مهدی قراچه داغی یکی از آنهاست که صفحه ای از کتاب را می خواند و آنچه می فهمد را نقل می کند.

قدم چهارم) از ابزار هوش مصنوعی استفاده نکنید: شغل شما نویسندگی است و برای همین استخدام شده اید. اگر قرار باشد با هوش مصنوعی تولید محتوا انجام دهید خودمان به این ابزار نیز دسترسی داریم و نیاز به هزینه کردن نبود. ما هزینه را فقط برای تولید محتوای انسانی پرداخت میکنیم و اگر غیر از آن باشد شرعا و عرفا راضی نخواهیم بود.

قدم پنجم) شروع و پایان، کوتاه سریع و شفاف داشته باشید: مقاله را با یک مقدمه خوب و کوتاه و جذاب آغاز کنید و از جملات اضافی پرهیز کنید و در پایان نیز با یک پاراگراف کوتاه کل محتوا را در جمع بندی کنید.

قدم ششم) متن کوتاه و پر بار بنویسید:

در زبان عربی مثالی هست که در همه زبانها رایج است «خَيْرُ الْكَلَامِ مَا قُلَّ وَ دَلَّ». این عبارت عربی یعنی **بهترین کلامها آن است که کمترین و راهنمای ترین باشد** این کلام باستانی برای همه نوشته ها صادق است، چه تجاری و چه غیر تجاری هرچه مینویسید بهتر آن است که کوتاه تر بنویسید. البته در نگارش اینترنتی به تعداد کلمات دستمزد پرداخت میشود اما آن کسی که بتواند کلامی را با رعایت نکات زیبایی شناسانه در حداقل کلمات تحریر کند میتواند موضوعات بدیع و بکری را نیز در ادامه مطلب خود به کار ببرد و متن خود را غنی و با طول مناسب به مخاطبانش ارائه کند.

قدم هفتم) از عنوان و سرتیترهای داخلی جذاب و مخاطب پسند استفاده کنید: کلمه کلیدی که برای تولید محتوا برای شما ارسال میشود را در گوگل سرچ کنید و عناوین ۱۰ لینک اول را مطالعه کنید و بررسی کنید چه عناوینی میتوان نوشت که از همه این ها جذاب تر باشد و **طول عنوان مقاله باید بین ۵۵ تا ۶۰ کاراکتر باشد** و عنوان طوری باشد که ترغیب به کلیک کند. همچنین کلمه کلیدی لازم است در عنوان و ترجیحا در ابتدای آن قرار گیرید و کلمه کلیدی را در پایان عنوان درج نکنید.

قدم هشتم) از توضیحات متای جذاب و مخاطب پسند استفاده کنید: کل محتوا را در یک جمله ای جذاب **بین ۱۲۰ تا ۱۴۰ کاراکتری** طوری خلاصه بنویسید که هدف از تولید آن مقاله را برای مخاطب بازگو کند و همچنین کلمه کلیدی در توضیح متا قرار گیرد.

قدم نهم) خوانایی را تا حد ممکن بالا ببرید: مفهوم خوانایی برای شما نویسنده عزیز قطعا مشخص است و به شرح آن نمی پردازیم، رعایت پاراگراف بندی و عنوانهای مشخص، جملاتی که خیلی طولانی نباشند و همچنین استفاده از سرتیترها یا لیستهای شماره گذاری شده که به بخشی از موضوع خاصی که در ادامه شرح عنوان مقاله آمده است اشاره دارد از نظر ما خوانایی به حساب می آید. در یک کلام جملاتی که در اواسط آن ابتدای آن را فراموش میکنیم خوانایی خوبی ندارد.

قدم دهم) محتوای ترکیبی، بهترین از نظر ما خواهد بود: فرض کنید می خواهید مقاله ای در خصوص بازاریابی وپروسی بنویسید میتوانید یک مرجع خوب را پیدا کنید و آن را ترجمه کنید و موارد بالا را نیز در آن رعایت کنید اما آنچه ما را به هیجان می آورد استفاده از چند مقاله و ترکیب آنها برای نوشتن یک مقاله نهایی است. اگر شما ۳ تا ۴ مقاله از بازاریابی وپروسی را بخوانید که هر کدام ۱۵۰۰ کلمه باشد و از آنها یک مقاله ۲۰۰۰ کلمه ای استخراج کنید این محتوا یک شاهکار به حساب می آید.

قدم یازدهم) پایبندی به آیین نگارش و ویراستاری متون را مسئولیت خود بدانید: قطعا شما نویسنده خوبی هستید و ما همیشه نگاهی مثبت داریم مگر آنکه خلاف آن ثابت شود، یک نویسنده خوب اصول ویراستاری را میداند و به آن پایبند است. نیم فاصله ها، نقطه های آخر جمله، ویرگول گذاری بخشی از همین پروسه محسوب می شود. لطفا نرم افزار ویراستیار را نیز روی سیستم خود داشته باشید تا غلطهای املايي را ۱۰۰٪ اصلاح کنید و متن ویرایش شده را به ما تحویل دهید.

نیم فاصله و نشانه های سجاوندی

استفاده از علائم سجاوندی مانند فاصله و نیم فاصله، ویرگول، نقطه ویرگول و نقطه باید در مطلب شما به صورت مناسبی انجام پذیرد به این مهم در مطالب اینترنتی کمتر توجه می شود. در قوانین سجاوندی آمده است که این علائم

باید بلافاصله بعد از کلمه بیاید اما **کلمات کلیدی باید با یک فاصله با علائم سجاوندی نوشته شوند**. زیرا گوگل آن علامت سجاوندی را جزء کلمه میپندارد و متن شما سئو نمیشود.

ی کسره اضافه

کلماتی مانند خانه پدری، بچه بازیگوش و سامانه هوشمند را میتوان به صورت خانه ی پدری، بچه ی بازیگوش و سامانه ی هوشمند نیز نوشت هرچند در کتابهای درسی مدارس این «ی» در رسم الخط آمده است، اما با توجه به نیاز خوانندگان و مخاطبان فضای اینترنت که خواهان کوتاه تر و کمتر شدن عناصر موجود در متن هستند، تحریریه یاس وب تصمیم گرفته است در متونی که برای این مجموعه نوشته می شود، این نشانه کسره اضافه حذف شود.

پس «ی» مضاف الیه را در کلمات مختوم به کسره ننویسید.

قدم دوازدهم) عکسهای خوب احساس خوب میدهند: می دانید که اولین نگاه به هر مقاله ای معطوف به عکسهای آن مقاله و سپس عنوان های میان متنی است. لطفا در انتخاب عکسهای مقالات دقت کافی به خرج دهید و جذاب ترین عکسها را انتخاب کنید.

مشخصات فنی عکسهای ارسالی:

- باید بدون واترمارک و لوگو باشند.
- اگر عکسی از خانمها ارسال میشود نباید گردی سرشانه برهنه و سینه بی لباس در آن نمایان باشد.
- دیگر اندامهای بی لباس هم سبب فیلترینگ سایت میشوند.
- عکسها بیشتر باید به صورت افقی باشند
- برخی از سایتها جستجوی عکس علاوه بر گوگل عبارت اند از:

<https://500px.com>

<https://www.pinterest.com>

<https://www.freepik.com>

قدم سیزدهم) سئو مقالات را جدی بگیرید: وقتی یک مقاله را می نویسیم، میخواهیم آن را در سایت منتشر کنیم و رعایت اصول سئو برای هر سایتی مهم است اما این اصول آنقدر که در یاس وب اهمیت دارد در هیچ جای دیگری مهم نیستند. یاس وب خدمات سئو ارائه میدهد و همین موضوع حساسیت ما برای سئو محتوا را دو چندان میکند. هر مقاله یک کلمه کلیدی دارد که باید **در یک متن ۱۰۰۰ کلمه ای به طور میانگین ۱۰ الی ۱۲ بار تکرار شود** کلمه کلیدی باید در عنوان مقاله و ترجیحا در ابتدای عنوان قرار بگیرد.

همچنین بهتر است در برخی عناوین بین متون نیز تکرار شود و حتما باید در ۱۵۰ کلمه اول مقالات نیز قرار داده شود. همچنین کلمات کلیدی فرعی و کلماتی که برای لینک سازی برای شما ارسال میشود را هم به طور طبیعی حداقل یکبار در مقاله بگنجانید. چگالی کلمه کلیدی ۱ الی ۱.۲٪ است. تعداد کلمات کلیدی فرعی را هم در محاسبه چگالی کلمه کلیدی به حساب بیاورید (یعنی جمع تعداد کلمات کلیدی اصلی و فرعی ۱ الی ۱.۲٪ باشد)

قدم چهاردهم) حشو ننویسید: پر کردن جمله با عبارتی که هیچ تأثیری در معنی جمله ندارند سبب می شود که متن شما به شدت بی کیفیت و بدخوان شود.

مثال ۱: "این فیزیکدان آلمانی در طول حیات خود علم فیزیک را دچار تحولی عمیق کرد."

بهتر است بنویسیم: این فیزیک دان آلمانی علم فیزیک را متحول کرد.

مثال ۲: ما برای به کار گرفتن این ابزار به یک ساعت وقت نیاز داریم.

بهتر است بنویسیم: استفاده از این ابزار یک ساعت وقت نیاز دارد.

قدم پانزدهم) کپی کردن محتوا را فراموش کنید: کپی بودن یک متن حتی به اندازه ۱۰٪ حجم آن، می تواند سایت را به شدت به رده های پایین گوگل تنزل دهد و آن سایت و صفحه را به سازنده «مطلب هرز» یا spam بدل کند و حتی کمترین مقدار کپی بودن مطلب هم می تواند سایت را به نابودی بکشاند. سردبیر و مسئول تیم محتوای یاس وب همه مطالب را با سختگیری بسیار بالایی چک می کند و برای این کار از چندین فیلتر استفاده می شود.

هریک از متنهای ارسالی که در خود مقداری هرچند، اندک مطالب کپی شده از سایتهای فارسی زبان داشته باشد توسط مدیر تیم محتوا تشخیص داده میشود. پس لطفا برای آنکه همکاری ما با هم ادامه داشته باشد به هیچ وجه کپی نکنید!

چرا کپی نکنیم؟! هر روز در سایتهای اینترنتی میلیونها مطلب لانچ میشود و اگر درصدی از این مطالب کپی هم باشد محیط وب به انبار حجیم مطالبی بدل میشود که کاملاً مانند یکدیگرند و ارزش واحد برای خوانندگان دارند، یعنی با خواندن یکی از آنها گویی همه را خوانده اند. از این رو، گوگل قوانین سئو را پدید آورده است که در قدم اول جلوی کپی کردن سایتها از یکدیگر را بگیرد و سختگیرانه ترین قوانین برای سایتهایی اجرا میشود که مطالب کپی دارند.

این را بدانید که ارائه محتوای کپی به یک سایت مثل این است که به یک انسان داروی تقلبی می دهید. شما با اینکار آن انسان را میکشید. آن بیزینش را نابود میکنید. اگر آنها متوجه این موضوع نشوند و آن دارو را بخورند ممکن است که بمیرند. ممکن است آسیب هایی ببینند که هیچ وقت قابل جبران نباشد. بنابراین **با کپی محتوا هم کسب و کار را نابود کرده اید و هم مبلغی که دریافت کردید حرام است.**

قدم شانزدهم) اگر نوشتار شما تجاری باشد عاشق تان می شویم: هر ساله نوشته های بسیاری در دنیا به چاپ میرسد یا روی صفحات مجازی قرار می گیرد. این نوشته ها در بسیاری از موارد اهدافی را برای فروش کالا یا خدمات را در پس خود دارند گاه به صورت کاملاً ظاهری این اهداف به شما نمایانده میشود و گاه به صورت کاملاً مخفی و پنهانی این اهداف ناخودآگاه شما را آماج قرار میدهند.

چه پیدا و چه پنهان نوشته تجاری اصولی خاص دارد که در اینجا برای شما رئوس آن را مطرح میکنیم:

نوشته تجاری:

- خلاق است
- جذاب است
- سرگرم کننده است
- برانگیزاننده است
- و در پایان به کاری سوق میدهد

درست است که در نوشته تجاری اطلاعاتی را به خواننده منتقل میکنید اما باید توجه داشته باشید که زبان تجارت با زبان اطلاع رسانی متفاوت است. در اطلاع رسانی فقط به گزارش قوت و ضعفها بسنده می شود اما در زبان تجارت حس ها و منفعت هایی که از راه استفاده از محصولی به مخاطب میرسد، بازگو می شود.