**Поиск источника контента для статьи**

<http://zexler.ru/instruction/poisk-istochnika-kontenta-dlya-stati>

Для специалиста, регулярно создающего контент, одним из основополагающих вопросов в работе над созданием статьи является поиск источников информационного обеспечения. От умения правильно найти источник информации для будущей публикации, а также от умения быстро и грамотно ориентироваться в огромном количестве информации, зависит успех статьи. А это значит, что копирайтер справился со своей работой на отлично.

**Ищем материал**

Итак, перед нами стоит задача написать статью. Давайте возьмем для примера тематику строительства загородных домов из бруса. Допустим, что в ТЗ у нас серия статей с соответствующими ключевиками. Например, мы пишем статью по антисептированию. То есть, нам нужно описать процесс антисептирования, защиты деревянных конструкций от влаги при строительстве загородных домов. Где нам найти информацию? Первая мысль – поисковик. Да, Google и Яндекс могут дать ответ практически на любой вопрос. Результат зависит от того, как их спросить.

Естественно, что перед тем как начать писать статью, нам необходимо погрузиться в тему. Для этого копирайтеру следует тщательно изучить информацию по теме статьи и на основе изученного материала составить текст. Наша задача – собрать лучший и достоверный материал.

**Каким должен быть исходный материал**

Контент должен быть актуальным и интересным. Вот эти два качества должны быть во главе угла в процессе всей работы над статьей, начиная с поиска источников для информационного обеспечения. Начиная поиск, следует держать перед собой образ читателя. Портрет целевой аудитории должен быть четким и ясным в самом начале работы над статьей – это обязательное условие. И именно под эту аудиторию разрабатывайте текст.

Отправляясь в недра интернета за информацией для своей будущей статьи, думайте как читатель этой статьи. Определите, что может волновать его, с какими вопросами и проблемами он придет читать Вашу статью. И, исходя из этого списка вопросов, ищите контент.

**Источники информации**

Такова уж доля копирайтера, что каждый день нужно погружаться в новую тему. Сегодня мы пишем про кареты, завтра – про арбалеты. Даже самый опытный копирайтер не может быть экспертом во всех сферах деятельности. Остается одно – уметь быстро найти нужную информацию.

Где эти источники, которые питают вдохновение копирайтера? Где их найти?

Если отсутствует собственный опыт, то стоит обратиться к экспертам. Где же их найти?

Если среди друзей и знакомых нет таких экспертов, чье авторитетное мнение может лечь в основу статьи, то прямиком идем в Интернет. И первая ошибка, которую совершает начинающий копирайтер, отправившись на поиски информации в Интернет – это доверие к первой попавшейся публикации.

Для того, чтобы составить текст статьи на основе актуальной, заслуживающей доверие информации, необходимо провести тщательный анализ материала. Нужно четко понимать, что ответственность за достоверность информации, изложенной в статье, написанной копирайтером, несет сам копирайтер. Поэтому нужно научиться отделять зерна от плевел при поиске информационного обеспечения для своих текстов. Как это делать? Рецепт прост – включить логику и проверять, перепроверять и переперепроверять.

А сейчас остановимся на том, где в Интернете можно найти источники информации для публикаций.

**Форумы.** Найти мнение эксперта легко можно на тематических форумах. Но и здесь нужно держать ухо востро, дабы не нарваться на ничем не подтвержденные данные, что, признаться, часто встречается в Сети. Если Вы найдете авторитетный форум по теме, на котором активно дискуссируют люди, разбирающиеся в теме, считайте, что Вы нашли золотое дно контента.

**Блоги.** Это поистине неисчерпаемый источник. Ежедневно появляются новые блоги и пишутся тонны постов. Однако, несмотря на такую масштабность, действительно стоящие блоги по каждой тематике по пальцам можно пересчитать. Авторитетность блога и его автора можно определить по отзывам.

**Сайты производителей и магазинов.** В случае, когда необходима информация по товарам и услугам, то поискать ее можно на сайтах интернет-магазинов и производителей. Судите по солидности компании. Если производитель или продавец пришел на рынок всерьез и надолго, то он будет заботиться о своей репутации и не станет размещать на своем сайте недостоверную информацию.

**Новостные сайты.** В Интернете новости появляются каждое мгновение. Следить за историей в режиме онлайн – теперь это доступно каждому. Найти новости в Сети совсем не сложно. Сложность представляет найти достоверный источник новостей. Под новостями я имею в виду не только политические события, это могут быть новости технологий, строительства, жилищного рынка и т.д. Здесь следует доверять авторитетным информационным агентствам и порталам популярных СМИ.

**YouTube и прочие видеохостинги.** На популярном видеохостинге YouTube можно найти даже то, чего не найти на форумах, блогах и сайтах. Ролики с YouTube часто появляются в топовых страницах по запросам в поисковых системах и в них часто попадается стоящий контент.

Активно работайте с поисковыми системами и Вы обязательно найдете то, что ищете.

**Социальные сети.** Современные соцсети превратились в огромные библиотеки различной тематической информации. Конечно, в ВКонтакте, Одноклассники, Facebook много информационного мусора, но и там можно найти полезный контент, который пригодится копирайтеру при работе над статьей.

**Зарубежные источники.** В англоязычном сегменте Интернета можно найти свежий, интересный и актуальный контент практически по любой тематике.

Работа с большим количеством информационных потоков – занятие сложное. Здесь потребуется от копирайтера умение быстро оперировать информацией и фильтровать ее. Со временем у копирайтера накапливается опыт и с ним – список авторитетных и достоверных источников.

Удобно использовать в работе такие сервисы, как Evernote и Pocket, где можно сохранять и организовывать ссылки на сохраненные материалы.

Вообще, копирайтер обязан быть отличным ловцом информации, копирайтер должен быть куратором контента. У хорошего копирайтера настроена цифровая система: RSS-ленты, сервисы оповещения с поисковых систем и соцсетей – всё для ловли самого интересного, свежего и вкусного контента.

После того, как материал информационного обеспечения статьи собран, следует тщательно его проанализировать, отсеяв всё ненужное. Если есть сомнения в достоверности информации – отметайте не задумываясь.

Информационное обеспечение – одна из самых сложных, ответственных и трудоемких фаз в работе копирайтера над созданием публикации. Отнеситесь к этому этапу со всей ответственностью и это обязательно поможет Вам в дальнейшей работе над статьей. А следующий этап – это составление плана статьи.