

نویسنده آنلاین

چگونه به یک تولیدکننده حرفه‌ای محتوا تبدیل شویم؟

شاهینکالانتاری



SHAHINKALANTARI.COM

یک کتاب الکترونیکی کوچک

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟

۱۰۰ فرمان برای تبدیل شدن به

یک تولیدکننده حرفه‌ای محتوای متنی

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

چگونه به یک تولیدکننده حرفه‌ای محتوا تبدیل شویم؟

مقدمه:.....	۴
صد پند نویسندگی آنلاین.....	۵
یادداشت‌ها:.....	۳۷
۱۳ نکته نحس درباره نویسندگی!.....	۳۷
یک نویسنده آنلاین حرفه‌ای چه ویژگی‌هایی دارد؟.....	۴۲
چرا عموم فعالان شبکه‌های اجتماعی نمی‌توانند در وب موفق شوند؟.....	۴۶
نگرشی بر نویسندگی آنلاین یک نمونه موفق ایرانی.....	۵۲
وبلاگ‌نویسی یا نویسندگی آنلاین؟.....	۶۰
چرا اغلب فعالان حوزه محتوا نتایج مطلوبی نمی‌گیرند؟.....	۶۴
شغل نویسندگی انتشارات کوچک خودتان را راه‌اندازی کنید.....	۶۶
یک راهنمای بسیار ساده برای مقاله‌نویسی در اینترنت.....	۹۶
رسانه می‌تواند کمک کند.....	۱۰۹
محتوا چیست؟ تولید محتوا چه زمانی به نتیجه می‌رسد؟.....	۱۱۲

مقدمه:

من نویسنده‌ای آنلاینم، به این معنا که طی سال‌های اخیر بی‌وقفه و هرروز متنی را در سپهر اینترنت هوا کرده‌ام.

به سیاق عبید زاکانی در رساله صد پند تصمیم گرفتم گزیده‌ای از آنچه طی سال‌های اخیر درباره نویسنده‌گی آنلاین و تولید محتوا آموختم، مختصر و مفید در قالب ۱۰۰ جمله کوتاه در اختیار شما بگذارم.

امیدوارم لذت شگرف نویسنده‌گی آنلاین را بیش از این از خودتان دریغ نکنید و بلافاصله بعد از مطالعه این کتاب کوچک، نوشته‌ای را در فضای دیجیتال منتشر کنید.

اگر کنجکاو شدید درباره هر یک از نکات کتاب چیزهای بیشتری بدانید، فقط کافی است توی گوگل سرچ کنید.

صد پند نویسندگی آنلاین

۱

با اهدافی مشخص و دقیق وارد عمل شوید. به عنوان یک نویسنده آنلاین انتظار رسیدن به چه دستاوردهایی را دارید؟

۲

روز را با نوشتن اهداف و برنامه‌های اصلی‌تان آغاز کنید.

۳

در شبکه‌های اجتماعی تمام افراد مرتبط با حوزه تخصصی‌تان را دنبال کنید.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۴

یک موضوع مشخص را انتخاب کنید و هشتاد درصد
نوشته‌هایتان را به آن اختصاص بدهید.

۵

سعی کنید هرروز در ساعات مشخصی بنویسید.

۶

برای آدم‌هایی که دوست دارید با آن‌ها ارتباط بگیرید
به‌طور مداوم کامنت بگذارید.

۷

نویسندگی آنلاین اصلی‌ترین گام برای برند سازی شخصی است، مطالعه درباره پرسونال برندینگ را در اولویت خودتان قرار دهید.

۸

هر موضوع پیش‌پاافتاده‌ای را بهانه‌ای عالی برای نوشتن بدانید.

۹

نویسندگی آنلاین با انتشار نوشته‌ها گره خورده است. پس برای تبدیل شدن به نویسنده‌ای آنلاین هرروز باید چیزی را در اینترنت ارائه کنید.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۱۰

برای برند سازی شخصی. شما می نویسید تا مخاطبانتان
هر وقت در فضای دیجیتال با نام و تصویر شما مواجه
شدند واکنش مطلوبی نشان دهند.

۱۱

درباره عمیق ترین احساسات و علایقتان بنویسید.

۱۲

برای خلاقیت بیشتر، هر روز حداقل ۳۰ دقیقه پیاده روی
کنید؛ ترجیحاً بدون موبایل.

۱۳

محتوای سبز و بدون تاریخ مصرف تولید کنید؛ نوشتن از
اخبار روز را به ژورنالیست‌ها بسپارید.

۱۴

در ستایش موفقیتِ افرادی که تحسین می‌کنید بنویسید
و به وبسایت و صفحات آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی
لینک بدهید.

۱۵

فهرستی از هشتک‌هایی داشته باشید که می‌خواهید در
آن‌ها سرآمد و شناخته شوید.

۱۶

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

نوشتن در توییتر را به عنوان کلاس درس موجزنویسی
جدی بگیرید.

۱۷

داستان زندگی خودتان را پیوسته و به هنرمندانه ترین
شکل ممکن روایت کنید.

۱۸

توضیحات پروفایل های خودتان را در شبکه های اجتماعی
به صورت یکدست و دقیق بنویسید.

۱۹

برای یادگیری و تأثیر بیشتر با نام و هویت اصلی خودتان
فعالیت کنید.

۲۰

هرروز حداقل ۱۰۰۰ کلمه یادداشت روزانه بنویسید. البته ممکن است فقط یک جمله را از میان این هزار کلمه برای انتشار انتخاب کنید.

۲۱

هرازگاهی از عکس‌های حرفه‌ای و باکیفیت خودتان برای تصویرسازی جملات کوتاهی که می‌نویسید استفاده کنید.

۲۲

افزونه ویراستیار را روی برنامه ورد نصب کنید تا غلط‌های املائی و نگارشی شما به حداقل برسد.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۲۳

از تماشای عکس‌های حرفه‌ای غافل نشوید، تصاویر خوب را به منبع الهامی برای نوشتن تبدیل کنید.

۲۴

حتماً برای سایتتان یک خبرنامه و هدیه خوب طراحی کنید و ایمیل بازدیدکنندگان را دریافت کنید.

۲۵

به جای انتشار عکس غذایی که می‌خورید، مطلبی مفید و ارزش‌آفرین را نشر بدهید.

۲۶

تخصص و موضوعی را برای نوشتن انتخاب کنید که می‌توانید در آن نفر اول باشید.

۲۷

از ناله کردن، غر زدن و نوشتن موضوعات پیش‌پاافتاده مطلقاً پرهیز کنید.

۲۸

به جای پی‌دی‌اف، بیشتر کتاب‌های کاغذی بخوانید.

۲۹

اگر کتابی را معرفی می‌کنید، دقیقاً بنویسید چرا مطالعه آن را مفید می‌دانید.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۳۰

نیازی نیست در تخریب دیگران بنویسید. در فضای
دیجیتال به اندازه کافی کامنت خاردار وجود دارد. شما
مشغول کار خودتان باشید.

۳۱

طوری ننویسید که همه فکر کنند هیچ دغدغه دیگری
جز فروش ندارید.

۳۲

برای حوزه تخصصی خودتان یک واژه‌نامه بنویسید.

۳۳

خودسانسوری را به حداقل برسانید.

۳۴

نوشتن یک مطلب قوی، حتی اگر به حوزه تخصصی شما ربطی نداشته باشد، بسیار بهتر از انتشار مطلبی تخصصی اما ضعیف است.

۳۵

نگاهتان به تولید محتوا را عوض کنید. آن را کاری تکراری و روزمره نبینید. هرروز سعی در شگفت زده کردن مخاطباتان داشته باشید.

۳۶

به بهانه کیفیت از کمیت نکاهید. در خلوت بسیار بنویسید اما بهترین آن ها را برای انتشار انتخاب کنید.

۳۷

برای انتشار مطالب، زمان‌بندی دقیق و تقویم محتوایی داشته باشید.

۳۸

فتوشاپ را یاد بگیرید و لذت ساختن طرح‌های گرافیکی با نوشته‌های خودتان را تجربه کنید.

۳۹

به استاد تیتراژ و عنوان‌نویسی تبدیل شوید. شکست در نوشتن تیتراژ، مساوی با مدفون شدن زیر خروارها محتواست.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۴۰

با افراد فعال حوزه خودتان مصاحبه کنید، ترجیحاً متنی.

۴۱

از کامنت‌هایی که برایتان می‌گذارند، ایده بگیرید.

۴۲

تا می‌توانید از تمثیل و استعاره‌های مفهومی بهره بگیرید.

۴۳

جستجو در گوگل را به یکی از عادت‌ها و سرگرمی‌های
خلاقانه خودتان تبدیل کنید.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۴۴

تلاش کنید در کلیدواژه‌های تخصصی خودتان نفر اول
فهرست نتایج گوگل باشید.

۴۵

نوشتن از توسعه فردی برند شما را به عنوان شخصی قوی
و سازنده تقویت می‌کند.

۴۶

استعاره شما برای توصیف سایتتان چیست؟ یک کافه،
جزیره، پارک، کارخانه، کتابفروشی، مدرسه یا ...

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۴۷

حداقل در ۶ ماه اول فعالیت محتوایی خودتان منتظر
هیچ بازدیدکننده‌ای نباشید.

۴۸

وضعیت الآن خودتان را با وضعیت رشد یافته افراد سطح
اول حوزه تخصصی‌تان مقایسه نکنید. به خودتان زمان
بدهید.

۴۹

چند رقیب محتوایی داشته باشید.

۵۰

انتقادناپذیر باشید. صرفاً به علایق شخصی‌تان توجه کنید.

۵۱

در مطالب جدیدی که می‌نویسید به مطالب قبلی خودتان
لینک بدهید، صدا البته لینک‌های مرتبط و مفید.

۵۲

اگر یک روز ننوشتید احساس خلأ و ناراحتی کنید
می‌فهمید نویسنده‌ای حرفه‌ای شده‌اید.

۵۳

اگر از جایی چیزی را به اشتراک می‌گذارید، حتماً دلیل
انتخاب خودتان را بنویسید.

۵۴

در نقل منابع، حساست به خرج ندهید. کاری کنید که رسانه شخصی شما به شاهراهی برای آشنایی با دیگر افراد و سایت‌ها تبدیل بشود.

۵۵

به درگیری و رضایت مخاطب بیش از نکات فنی و سئو اهمیت بدهید.

۵۶

برای مطالب از دسته‌بندی‌های منظم و برچسب‌های دقیق استفاده کنید. برای هر برچسب و دسته‌بندی حداقل ۳ پست بنویسید.

۵۷

با جستجوی نام شما در گوگل با چه محتوایی مواجه می‌شویم؟ با تولید محتوا کنترل نام خودتان را به دست بگیرید.

۵۸

اگر واقعاً می‌خواهید تأثیر وبلاگ‌نویسی را روی رشد و پیشرفت خودتان ببیند هر روز یک پست بنویسید، حتی روزهای تعطیل.

۵۹

به‌روز کردن روزانه وبلاگ کاری بسیار دشوار است، دقیقاً همین باعث تمایز شما در میان میلیون‌ها نفر دیگر می‌شود که فقط آرزوی درخشیدن در اینترنت را در سر می‌پرورانند.

۶۰

در صورت مداومت، می‌توانید از مجموع نوشته‌های روزانه‌تان در وبلاگ سالی حداقل دو کتاب منتشر کنید.

۶۱

مواظب باشید به دام مصرف‌گرایی محتوایی نیفتید، زیاد بخوانید و زیادتر بنویسید.

۶۲

اگر ننویسید و به دیگران یاد ندهید، آموخته‌هایتان را هدر می‌دهید.

۶۳

تصورات کلیشه‌ای از وضعیت مالی نویسندگان را کنار بگذارید، شما می‌توانید یک نویسنده آنلاین ثروت‌آفرین باشید.

۶۴

رزومه آنلاین از هر رزومه دیگری ارزشمندتر و اثربخش‌تر است.

۶۵

نگران ته کشیدن ایده‌هایتان نباشید. تمام شدن ایده‌ها یعنی آغاز تلاش برای خلاقیت بیشتر.

۶۶

اگر نگاه بلندمدت ندارید هرگز به نویسندگی آنلاین
نپردازید؛ فقط در صورت مداومت و گذر زمان است که به
دستاوردهای ارزشمند خواهید رسید.

۶۷

بین نوشتن در وبسایت شخصی یا شبکه‌های اجتماعی،
اولی را به دومی ترجیح بدهید.

۶۸

برای اینکه بتوانید کارهایتان را ارتقا دهید همه‌چیز را با
عدد و رقم ثبت کنید. هرروز چند کلمه می‌نویسید و چند
پست منتشر می‌کنید؟

۶۹

هم روی کاغذ بنویسید، هم با کیبورد تایپ کنید،
هیچیک را از دست ندهید.

۷۰

به عنوان یک نویسنده آنلاین باید بدانید که سرنوشت
کسی که از موهبت اینترنت برخوردار است با انسان‌های
ماقبل خود کاملاً متفاوت است. با تولید محتوای دیجیتال
زندگی خودتان را دگرگون کنید.

۷۱

نگذارید ترجمه و اقتباس، ذهن شما را تنبل کند. به
دنبال زدن حرف‌هایی تازه، بومی و برگرفته از تجربیات
شخصی خودتان باشید.

۷۲

در دسترس بودن رسانه نباید باعث شتاب‌زدگی شما در انتشار مطالب شود.

۷۳

پس از نوشتن پیش‌نویس اولیه متن، چندساعتی از آن فاصله بگیرید و سپس برای ویرایش و انتشار آن اقدام کنید.

۷۴

پست‌های قبلی سایتتان را رها نکنید، در طول زمان آن‌ها را ویرایش و کامل کنید؛ شاید تصمیم بگیرید بعضی از آن‌ها را حذف کنید.

۷۵

برای اشتراک‌گذاری مطالب دیگران پیش‌قدم شوید.
منتظر نباشید تا اول دیگران به شما لینک بدهند.

۷۶

فراموش نکنید که به‌عنوان یک نویسنده با تولید محتوای
اصیل در فضای وب فارسی، به رشد سواد و فکر ایرانی
کمک می‌کنید.

۷۷

دورکاری در ذات نویسندگی آنلاین است، پس نگران
نداشتن دفتر کار نباشید. یک لپ‌تاپ متصل به اینترنت
برای کار کردن از هر نقطه دنیا کافی است.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۷۸

به عنوان یک نویسنده آنلاین هنگام نوشتن آفلاین باشید.

۷۹

از روی نوشته‌هایی که دوست دارید مشق بنویسید.

۸۰

مطالعه نثر خوب فارسی را جدی بگیرید. اینکه فارسی
حرف می‌زنیم به این معنا نیست که بر فارسی تسلط
داریم.

۸۱

نگذارید نویسندگی غیرداستانی شما را از داستان‌ها دور کند. همیشه رمانی را در سبد مطالعه خودتان داشته باشید.

۸۲

در نویسندگی آنلاین علاقه، بسیار مهم‌تر از استعداد است.

۸۳

تلاش برای خود انضباطی اولین گام برای تبدیل شدن به یک نویسنده آنلاین حرفه‌ای است.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۸۴

به‌طور مداوم دربارهٔ استراتژی و بازاریابی محتوا مطالعه کنید و در جریان اخبار روز این حوزه باشید.

۸۵

هفته‌ای یک بار در کتاب‌فروشی‌ها پرسه بزنید.

۸۶

یک نویسنده آنلاین هرگز یک نویسنده مودی نیست.
حال بد شما نباید مانع کارتان بشود. بدون توجه به حس و حالتان بنویسید.

۸۷

فراموش نکنید که بیشتر مخاطبان شما از طریق موبایل نوشته‌های شما را می‌خوانند. از خودتان بپرسید نوشتن برای موبایل چگونه مؤثرتر خواهد بود؟

۸۸

یک لیست بزرگ از سؤالات متداول حوزه تخصصی خودتان بنویسید و به تدریج به آن‌ها پاسخ بدهید.

۸۹

از ساختار مقالات لیستی استفاده کنید. با این روش به شکل منظم‌تر و راحت‌تری به افکار و ایده‌هایتان نظم می‌دهید.

۹۰

به جای «من» تمرکزتان روی «شما» باشد.

۹۱

کلی گویی نکنید، با جزییات بنویسید. از حواس پنج گانه تان بهره بگیرید.

۹۲

حین مطالعه قلم و کاغذ کنار دستتان باشد، کلمات و عباراتی را که به نظرتان جالب و تازه می رسد یادداشت و بلافاصله از آن ها در نوشته هایتان استفاده کنید.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۹۳

فهرستی از واژه‌های نیروزا و الهام‌بخش داشته باشید و
به‌تناوب از آن‌ها استفاده کنید.

۹۴

هنگام ویرایش، متن‌تان را با صدای بلند بخوانید.

۹۵

به سطر اول و سطر آخر متنی که می‌نویسید به‌دقت فکر
کنید. آیا ترغیب‌کننده و الهام‌بخش هستند؟

۹۶

چرک‌نویس هر متنی همان‌طور که از نامش پیداست
احتمالاً بسیار نامنسجم و به‌دردنخور به نظر می‌رسد.
نگران نباشید، بازنویسی در انتظار شماست.

۹۷

کوتاه یا بلند بودن محتوا مهم نیست، مهم درگیری ذهنی
مخاطب با متن شماست.

۹۸

بگذارید دوستانی که درگیر نوشتن و تولید محتوا هستند
شما را احاطه کنند.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۹۹

همیشه در حال نوشتن یک کتاب باشید.

۱۰۰

یادداشت‌های روزانه‌تان را همیشه با این جمله به پایان
برسانید:

من هر روز از هر لحاظ بهتر و بهتر می‌شوم.

یادداشت‌ها:

یادداشت یک:

۱۳ نکته نحس درباره نویسندگی!

۱

برای یافتن زمان و خلوتی مناسبِ نوشتن، ممکن است سال‌های سال جان بکنید و کلافه شوید.

۲

یادگیری نوشتن روند کندی دارد، حتی اگر بسیار تمرین کنید.

۳

هیچ ابزار دقیق و مطمئنی برای اندازه‌گیری میزان رشد و مهارت شما وجود ندارد.

۴

هیچ حق‌الزحمهٔ پروپیمانی در کار نیست و اگر بخواهید برای دیگران کار کنید ممکن است ضعف اعصاب بگیرید.

۵

جامعه هیچ تصور روشنی درباره فعالیت یک نویسنده ندارد.

۶

کتابخوانی در بسیاری از اوقات برای یک نویسنده به کاری کلافه کننده تبدیل می شود. چون حس می کند در حال اهمال کاری و فرار از نوشتن است.

۷

حسادت به دیگر نویسنده های موفق روح شما را، بسته به شخصیتتان، هرازگاهی یا دم به دم می خراشد.

۸

بعد از سال‌ها کار و مطالعه بسیار دربارهٔ خلاقیت، کماکان در پیدا کردن ایده مشکل خواهید داشت.

۹

تا سال‌های سال هیچ‌کس مطالب شما را به‌دقت نخواهد خواند.

۱۰

مسیر نویسندگی آن‌قدر مه‌آلود است که ممکن است دائم به درودیوار بخورید. از این شاخه به آن شاخه پریدن در ذات نویسندگی است.

۱۱

تقریباً هیچ وقت هیچ کسی به شما بازخوردی دقیق نخواهد داد.

۱۲

حس آبی بودن نوشته‌هایتان تا ابد همراه شما خواهد ماند.

۱۳

همیشه در آتش شک و تردیدِ اینکه آیا واقعاً استعداد نویسندگی دارید خواهید سوخت!

اما طرف مثبت ماجرا این است که می‌توانید نحسی‌های مسیر نویسندگی را کم‌تر کند:

نویسندگی آنلاین.

با وبلاگ‌نویسی و میکروبلاگینگ؛ و بهره‌گیری از تفکر طراحی و اصلاح مداوم مسیر، بخشی از نحسی‌ها را دور بزنیم. اینترنت می‌تواند بهشت نویسندگان باشد و صدا البته جهنم آن‌ها.

یادداشت دو:

یک نویسنده آنلاین حرفه‌ای چه ویژگی‌هایی دارد؟

نویسندگی آنلاین یعنی چه؟

نوشته آنلاین نوعی از متن است که برای فضای آنلاین تولید می‌شود و در اینترنت عرضه می‌شود.

نویسندگی آنلاین از تأثیرگذارترین و به‌روزترین انواع نویسندگی است که در ایران هنوز به ظرفیت‌های آن پی نبرده‌ایم.

برای اینکه در فضای آنلاین بنویسم لازم نیست نویسنده‌ای حرفه‌ای باشیم که تمام زمانش را وقف نوشتن کرده؛ بلکه هر کدام از ما با توجه به تخصصی که داریم می‌توانیم رسانه شخصی خودمان را داشته باشیم. ولی نکات مهمی هست که برای هر نویسنده آنلاینی که در پی اثربخشی بیشتری است ضروری به نظر می‌رسد.

نویسنده آنلاین چه ویژگی‌هایی را ندارد؟

۱. نویسنده آنلاین از آن دسته از آدم‌هایی نیست که از سر نابلدی و کم‌سواد بودن برای تأمین محتوای سایت و کانالش از درودیوار و غذایی که می‌خورد عکس سلفی بگیرد.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

۲. نویسنده آنلاین آدم زردی نیست که مدام دنبال اخبار و حوادث و شایعات روز باشد و به آنها عکس العمل نشان بدهد.

۳. نویسنده آنلاین کسی نیست که حرف جدیدی نداشته باشد و فقط و فقط از روی سایت‌ها خارجی کپی و ترجمه کند.

نویسنده آنلاین چه ویژگی‌هایی دارد؟

۱. او شتاب‌زدگی فضای آنلاین را می‌فهمد اما شتاب‌زده نمی‌نویسد. آنلاین بودن به این معنا نیست که در لحظه، هر چیزی را که به ذهنمان خطور کرد بریزیم توی اینترنت. نویسنده آنلاین حرفه‌ای بین نوشتن و انتشار، فاصله‌ای منطقی در نظر می‌گیرد.

۲. برای نویسنده آنلاین تولید مطالب ارزش‌آفرین و بدون تاریخ‌مصرف اولویت اصلی را دارد. برای او

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

کیفیت به مراتب مهم‌تر از به‌روز بودن به هر قیمتی
است.

۳. نویسنده آنلاین دنباله‌رو جریان‌های روز و ابتذال
فکری موجود در فضای اینترنت و شبکه‌های
جدید نیست. او اگر به رویدادها می‌پردازد، نگاهی
هم به روندها دارد.

یادداشت سه:

چرا عموم فعالان شبکه‌های اجتماعی نمی‌توانند در وب موفق شوند؟

اول از همه:

سه مزیت بزرگ وبلاگ‌نویسی برای یک نویسنده و
تولیدکننده محتوا:

۱. عادت به بیشتر نوشتن و شکافتن موضوعات
۲. ارتباط عمیق با مخاطبان فرهیخته‌تر اینترنت
۳. آموختن با بهترین روش یادگیری، یعنی یاد دادن

دوم از همه:

خب، مزایای وبلاگ‌نویسی را تا حدی روشن کردیم؛ اما چرا
وبلاگ‌نویسی روزبه‌روز سخت‌تر می‌شود. طوری که فضای
وب فارسی به قبرستان وبلاگ‌های خاموش تبدیل شده؟

توجیه فعالان شبکه‌های اجتماعی این است:

مخاطب به شبکه‌های اجتماعی کوچ کرده. پس آدم مگر دیوانه است که روی دیوار وب بنویسد، می‌رود توی اینستاگرام و تویتر می‌نویسد که دیوارش هم موش دارد و هم گوش!

اما غالباً چنین افرادی بعد از مدتی متوجه می‌شوند که سنگر وب را هم باید فتح کنند و لااقل یکسری از کلیدواژه‌های گوگل را بگیرند، چون مخاطبان شبکه‌های اجتماعی هم جواب سؤالشان را از گوگل می‌پرسند. ضمن اینکه به چشم بر هم زدن ممکن است تاج‌وتخت ما در شبکه‌های اجتماعی توسط مغولیان! با خاک یکسان شود.

اما چرا معمولاً یخ وبلاگ چنین افرادی نمی‌گیرد و باز به همان اینستاگرام خودشان بر می‌گردند و وبلاگ‌نویسی را لعنت می‌کنند؟

دلایلش مشخص است؛ اما بگذارید قبلش یک دسته‌بندی کنیم.

ما دو نوع وبلاگ‌نویسی داریم:

نوع اول انتشار دلنوشته‌ها و یادداشت‌های شخصی است؛ یعنی جو غالب وبلاگستان فارسی در دهه هشتاد (عموماً در بلاگفا و پرشین بلاگ).

نوع دوم نویسندگی تحلیلی و آموزشی در یک حوزه خاص است؛ که عموم وبلاگ‌نویس‌های بزرگ و تأثیرگذار دنیا در این دسته قرار می‌گیرند.

پس اینکه دسته اول به شبکه‌های اجتماعی کوچ کرده‌اند کاملاً طبیعی است. می‌توان گفت که وب اصلاً جای دلنوشته نیست و چه‌بهره که این قبیل قلمیات در همان شبکه‌های اجتماعی که ذات فست‌فودی دارد منتشر شوند.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

برگردیم به بررسی این سؤال مهم که چرا فعالان شبکه‌های اجتماعی نمی‌توانند در وب موفق شوند:

چون ذهن آدمیزاد با هر رسانه‌ای که بیشتر در آن فعال باشد تطبیق پیدا می‌کند؛ و بسته به امکاناتی که آن رسانه در اختیارش گذاشته تربیت می‌شود.

یعنی اگر به استوری اینستاگرام عادت کنیم و هر ایده‌ای را که به ذهنمان می‌رسد به سرعت استوری کنیم. دیگر حتی گذاشتن پست توی اینستاگرام هم سخت می‌شود، چه رسد به اینکه مقاله‌ای هزارکلمه‌ای برای وبلاگمان بنویسیم.

من امتحان کرده‌ام. همان چیزی را که الآن توی ذهنتان هست می‌گویم؛ یعنی اینکه نمی‌شود هر دو را باکیفیت در کنار هم پیش برد، درنهایت ذهن شما باید روی یک قالب تنظیم شود.

چون کار خلق فکر و محتوا بیش از چیزی که تصور می‌شود زمان‌بر و طاقت‌فرساست. پس باید انتخاب کرد: عمق وب یا سطح شبکه‌های اجتماعی؟

تصمیم من طی ۳ سال گذشته این بوده: هشتاد درصد توان و تمرکز را صرف وب کردم و ۲۰ درصد هم برای شبکه‌های اجتماعی.

حالا که به نتایج انتخابم نگاه می‌کنم، راضی‌ام. اگر ذهنم به اینستاگرام خو کرده بود، صدها یادداشتی که حالا دارم را ننوشته بودم.

تصمیم با شماست.

شبکه‌های اجتماعی دنبال محتوای جالب هستند؛ و وبلاگ محتوای مفید می‌خواهد. محتوای جالب و مفید عملاً یک چیز نیست. ممکن است یک محتوای جالب هرازگاهی مفید باشد، اما یک محتوای مفید الزاماً نباید جالب باشد.

سوم از همه:

ساده سخن اینکه وبلاگ نویسی با آموزش عجین شده؛ یعنی اگر می خواهید سایتی داشته باشید که دستاوردهای مادی و معنوی و غیره داشته باشد باید روی آموزش در یک حوزه خاص تمرکز کنید.

الزامی هم ندارد استاد آن حوزه باشید. بنویسید تا یاد بگیرید.

همه:

هیچ!

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

یادداشت چهار:

نگرشی بر نویسندگی آنلاین | یک نمونه موفق ایرانی

درباره حال و آینده ناشران کاغذی و اینترنتی

اول از همه:

اگر زمانی تنها راه ارتباط جدی نویسنده با خواندگانش
انتشار کتاب کاغذی و همکاری با نشریات بود، نویسنده
امروزی لازم نیست تن به چنین اجباری بدهد.

از موضوعاتی مثل لذت لمس کاغذ و اعتبار کتاب و غیره
که بگذریم، موضوع مهم سرعت بالای انتشار و داشتن
جامعه هدف معین است؛ که فضای آنلاین هر دو را به
کمال تأمین می‌کند.

پس نویسنده امروزی، در بهترین دوران تاریخ بشر برای
نشر هر نوع نوشته‌ای است.

با انتخاب دقیق جامعه مخاطبان و تولید محتوای پویا و
هدفمند، می‌توانیم جزو تأثیرگذارترین نویسنده‌های روزگار
خودمان باشیم.

نویسنده شتاب زده و خواننده کم‌حوصله؟

اینکه کیفیت مطالعه اینترنتی پایین است و انبوه مطالب،
مخاطب را کلافه و پریشان کرده موضوع مهمی نیست؛
یعنی در قیاس با داده‌هایی که اینترنت از رفتار مخاطب در
اختیار ما قرار می‌دهد، به هیچ عنوان مسئله جدی و بغرنجی
نیست.

مشاهده نمونه موفق متمم^۱ کافی است که مطمئن شویم آموزش متنی در فضای وب می‌تواند از کتاب و کلاس و حتی ویدیو و صوت مؤثرتر باشد.

به‌زعم من موفقیت متمم در درجه اول به خاطر استاندارد بالای مطالب و در کنار آن به خاطر خلاقیت این وبسایت در جذب، تشویق و حفظ مخاطب است.

خلاقیتی که از تمام امکانات خاص وب برای آموزش بهتر و مؤثرتر بهره گرفته.

کافی است به‌طور منظم یکی از مباحث متمم را بخوانید و تمرین بنویسید تا مفهوم یادگیری شخصی‌سازی شده و گام‌به‌گام را به‌خوبی درک کنید.

مزیت بزرگی که فقط با امکانات وب امکان‌پذیر است.

پس اگر یک وبسایت، بدون هیچ صفحه فعالی در شبکه‌های اجتماعی چنین درخشیده، آن هم در زمانی که

¹ motamem.org

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

بسیاران قلیل (!) کار وب را در برابر اپلیکیشن‌ها تمام‌شده می‌دانند؛ آیا نباید در افکارمان تجدیدنظر کنیم؟

آخر از همه:

برخلاف سرعت بالای حاکم بر اینترنت، فعالیت محتوایی در آن به نگاه بلندمدت نیاز دارد.

تنبلی تاریخی ما این روزها در عرصه آنلاین هم مشهود است.

کافی است اسم بسیاری از نویسندگان و روزنامه‌نگارهای بنام و زنده را در اینترنت جستجو کنید تا هیچ چیزی دستتان را نگیرد.

بنابراین اگر کسی بابت عدم نشر کتاب و تیراژ پایین و... گلایه می‌کند، احتمالاً از «به‌روز نشدن» و «اهمال کاری» رنج می‌برد.

وقتی می‌بینم برخی فعالان فرهنگی و هنری، صدها مقاله و یادداشت ارزشمند را هنوز در قالب مجلات کاغذی چاپ می‌کنند و هیچ اثری از آن‌ها در فضای وب نیست، افسوس می‌خورم.

چون این نشریات، با توجه به وضع اسفبار خرید نشریات در ایران، پس از یکی دو ماه، راهی به‌جز خمیر شدن ندارند. چرا کماکان باید روی چاپ کاغذی اصرار کنیم؟

حفظ نوستالژی کاغذی؟ کاغذ نمادی برای اعلام قدرت و حضور؟ یا تصور اشتباه از درآمدزایی و فروش محتوا در اینترنت؟

اما افسوس بیشتر زمانی است که آن‌ها گلایه‌های نسل‌های پیش را عیناً تکرار می‌کنند. به گمانم بسیاری از ناشران و نویسندگان هوشمند نسل‌های قبل نیز، اگر در این دوران حاضر بودند، با دیدن سپهر روشن اینترنت هرگز معطل کاغذ و مجوز و چیزهای دست و پاگیر دیگر نمی‌مانند.

شواهد نشان می‌دهد، ضرر نشر کاغذی از نشر دیجیتال به مراتب بیشتر است، سختی توزیع و عمر اندک محتوا به

کنار. برای درآمدزایی از محتوا هم چندان نباید روی مخاطب عام حساب کرد.

اما مخاطب خاص محتوا، در همین ایران، ثابت کرده که هم برای حقوق مؤلف احترام قائل است و هم اهل مطالعه و یادگیری دقیق است.

پس چرا با این امکان ویژه مخاطب، محتوا را دقیقاً به مخاطبی که انتظار آن را می‌کشد نرسانیم و با گرفتاری‌های چاپ و توزیع، عملاً ضد مخاطب عمل کنیم؟

ناشر قرن بیست و یکمی باید از خودش بپرسد که چرا باید لجوجانه به حداکثر ده هزار مخاطب کاغذی اکتفا کند و میلیون‌ها مخاطب آنلاین را نادیده بگیرد؟

ضمن اینکه اکتفا به کاغذ عملاً نتیجه‌ای جز دور شدن از نبض جامعه را ندارد.

اگر زمانی صاحب مجله کاغذی به نامه مخاطبان و آمار فروش چشم می‌دوخت، امروز صاحب یک وبسایت

می‌تواند حتی حرکات چشم خوانندگان مقاله را هم ثبت و بررسی کند.

تجربه و تاریخ ثابت کرده‌اند که ما اغلب چیزهای ارزشمند را از روی جبر و بسته شدن تمام راه‌های قبلی پذیرفته‌ایم. فاجعه گرانی کاغذ شاید این بار ما را به حضور مؤثرتر در فضای اینترنت ترغیب کند.

فعلاً که تصور ما از فعالیت آنلاین به نشر صفحه اول مجلات یا گذاشتن پی‌دی‌اف روزانه در وب محدود شده. تا کی به «محتوای پویا و تعاملی» برسیم.

یک نمونه از امکانات ویژه وب برای حفظ پویایی محتوا: می‌توان به‌جای تولید انبوه یادداشت و مقاله تعدادی از مقالات کلیدی را بارها و بارها به‌روز و کامل‌تر کرد. امکان ویرایش محتوا در وب، موضوعی چنان ویژه و مهم است که فهم و اجرای عملی آن، می‌تواند به موفقیت‌های خیره‌کننده منجر شود.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

گوگل با هر بار ویرایش متن، امتیاز ویژه‌ای را برای متن در نظر می‌گیرد و احتمال اینکه آن را به افراد بیشتری پیشنهاد بدهد افزایش می‌یابد.

در این زمینه هم متمم بهترین نمونه ایرانی است. بسیاری از مطالب مهم متمم طی این سال‌ها ذره‌ذره بهتر و کامل‌تر شده‌اند.

درنهایت اینکه:

دغدغه گذاشتن کتاب در دکور و قفسه، با تأثیرگذاری و ارتباط حقیقی با مخاطب دو چیز متفاوت است. ما برای دکور می‌نویسیم یا رابطه؟

من که می‌خواهم همیشه یک نویسنده آنلاین باشم.

یادداشت پنج:

وبلاگ نویسی یا نویسندگی آنلاین؟

بعد از سال‌ها وبلاگ‌نویسی، هنوز به فرمولی برای راحت‌نویسی نرسیده‌ام.

بله، در خلوت خودم می‌توانم صدها صفحه کاغذ سیاه کنم و کلی هم قربان صدقهٔ خلاقیت خودم بروم؛ اما نوشتن منظم روزانه برای وبلاگ، کماکان برایم دشوار و زمان‌بر است.

و صدا البته که من شیفتهٔ دشواری این نوع وبلاگ‌نویسی‌ام.

وبلاگ‌نویسی من هیچ ربطی به فضای وبلاگستان فارسی که در دههٔ هشتاد، نقش اینستاگرام فعلی را ایفا می‌کرد ندارد.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

نوشته‌های این وبلاگ از دل بر می‌آیند، اما ربطی به قالب «دل‌نوشته» که سراسر اضافه‌گویی، حدیث نفس و ناله و غر زدن و سانتی‌مانتالیسم است ندارد.

باری، اما تغییر مفهوم پردازی وبلاگ‌نویسی در ایران زمان‌بر و بی‌نتیجه است. به خاطر همین من «نویسندگی آنلاین» را عنوان مناسبی برای کار خودم می‌دانم.

گمان می‌کنم نویسنده امروزی، ناگزیر از نگارش در اینترنت است.

حتی اگر دل‌باخته چاپ کتاب کاغذی هم باشیم (که من هستم)، برای ملاقات با مخاطب، ناگزیریم که از پلکان دنیای دیجیتال بالا برویم.

فضای آنلاین، از دو طریق به نویسنده‌ها کمک می‌کند، که هر دوی این‌ها در دنیای ماقبل اینترنت، بسیار زمان‌بر و طاقت‌فرسا بود:

۱. کمیت مخاطب

اولین چیزی که به ذهن می‌رسد، افزایش تعداد مخاطبان است. وب و شبکه‌های اجتماعی در ذات خودشان با شبکه‌سازی گره خورده‌اند و از این‌رو دستیابی به جامعه گسترده‌ای از مخاطب ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر شده. فرضاً خوانندگان وبلاگ شخصی من ده برابر تعداد خواننده‌های بسیاری از مجلات و روزنامه‌های معروف امروز این سرزمین است؛ اما آیا کمیت، کیفیت مخاطب را هم تضمین می‌کند؟

۲. کیفیت مخاطب

علیرغم تصور رایجی که درباره شتاب‌زدگی مخاطب اینترنتی و سطحی بودن محتوای دیجیتال وجود دارد، وب می‌تواند بسترساز عمیق‌ترین نوع رابطه نویسنده و مخاطب باشد.

اگر برای افزایش کمیت مخاطب به هزار تکنیک و ترفند و مواد افزودنی متوسل می‌شویم، در این مرحله به چیزهای

بسیار مهم‌تری نیاز است. اول از همه باید به سؤال زیر پاسخ داد:

آیا اینترنت برای ما یک موضوع جانبی و تفننی است یا نه
به نویسندگی آنلاین به عنوان اولویت اول نگاه می‌کنیم؟
با انتخاب دومی، صرف زمان و انرژی و طراحی استراتژی
جدی‌تر می‌شود.

برای نتیجه گرفتن از نویسندگی آنلاین، به صرف روزانه
حداقل ۳ ساعت زمان بی‌وقفه نیاز است؛ ۳ ساعت تمام
برای آزاد نویسی، اندیشیدن، صیقل دادن ایده‌ها و انتشار
متن نهایی.

و یکی از باورهای خدشه‌ناپذیر من درباره نویسندگی
آنلاین:

شرط موفقیت محتوایی در شبکه‌های اجتماعی، داشتن
وبسایت و وبلاگی نیرومند و پویا است.

یادداشت شش:

چرا اغلب فعالان حوزه محتوا نتایج مطلوبی

نمی گیرند؟

این روزها نویسندگان و فعالان و مدرسان حوزه محتوا و کپی رایتینگ بسیار بیشتر شده‌اند. یک عالمه سایت و پیج و کانال مختلف فعال و غیرفعال هم در این حوزه هوا شده که برخی از آن‌ها هم جدی و قابل پیگیری‌اند. اما چرا اغلب فعالان حوزه محتوا نتایج مطلوبی نمی گیرند؟ یا پس از مدتی دست از ادامه کار می کشند؟ به گمان من مشکل اصلی در عدم توجه به «ایده تمایز» است.

اگر بناست تو هم چیزی را بگویی که دیگران هم با اندکی تفاوت همان را تکرار می کند؛ ما چرا باید تو را انتخاب کنیم؟

برای تمایز اما نمی‌توان نسخه‌ای همگانی صادر کرد، چرا که اگر تمایز کیفیتی دست‌یافتی و فرمول‌بندی شده بود که خب، دیگر نامش تمایز نبود. اما می‌توان برای رسیدن به تمایز، برخی فاکتورها را در نظر گرفت و بعضی روش‌ها را آزمود: ارائه منسجم داستان‌های شخصی و منحصر به فرد خودمان، ترکیب‌های خلاقانه، بهره‌گیری از ایده‌های دیگر حوزه‌های مرتبط و نامرتبط و بالا بردن کیفیت کار تا حدی که رسیدن به آن حد از کیفیت در توان هر کسی نباشد؛ احتمالاً مسیر رسیدن به تمایز را تسهیل کنند.

نظر شخصی من این است که تمایز از زمانی آغاز می‌شود که دست از مقایسه خودمان با دیگران می‌کشیم. ممکن است عده‌ای استدلال کنند که با بررسی رقبا، در اثر شور و تحرک ایجاد شده فعال‌تر عمل می‌کنند؛ اما اگر رقابت از نقره است، رقابت نکردن طلاست! وقتی رقابت می‌کنی ممکن است در نهایت به جایی برسی که اصلاً هدف تو نبوده و علاقه‌ای به آن نداشته‌ای و صرفاً رقابت، تو را به آن سو هل داده. اما وقتی دست از رقابت می‌کشی و سعی می‌کنی از دیروز خودت بهتر باشی، شانس این را که در

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

کار خودت به تمایز بررسی دو صدچندان می‌کنی، و در این اثر این رقابت درونی، ممکن است جهان تازه‌ای را خلق کنی که هرگز در مخیله کسی نمی‌گنجیده.

یادداشت هفت:

شغل نویسندگی | انتشارات کوچک خودتان را راه‌اندازی کنید

۱

تصور کنید در کلبه‌ای میان یک دهکده سرسبز زندگی می‌کنید. هیچ سروصدایی مزاحم شما نیست و می‌توانید تمام روز را به خواندن و نوشتن بگذرانید؛ کتابخانه بزرگی دارید که یک قفسه آن شامل آثار چاپ شده شماست. فقط اول هر ماه، حین نوشتن، صدای زنگ پیامک بانک به صدا درمی‌آید. ناشر شما، به‌طور منظم ماهانه حداقل ۳۰ میلیون تومان برایتان واریز می‌کند. این مبلغی است که شما به

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

خاطر فروش چاپ منظم کتاب‌های قبلی‌تان دریافت می‌کنید. معمولاً هر سال هم‌زمان با انتشار کتاب جدید شما این مبلغ چند برابر می‌شود.

۲

متأسفانه باید بگویم چنین رؤیایی هیچ‌وقت در ایران محقق نشده و شاید هم هرگز نشود.

۳

آیا نویسندگی شغل است؟ آیا نوشتن ناب و آب می‌شود؟ آیا می‌توانیم نوشتن را به شغلی تمام‌وقت وقت تبدیل کنیم؟ آیا زندگی نویسندگی می‌تواند از حد بخورونمیر فراتر برود؟

عقب تاکسی نشسته‌ام، یک ساعت تا رسیدن به مقصد باقی مانده. جاده تاریک است. صدای خروپف دو نفری که بغل دست من نشسته‌اند بلند شده. اینترنت موبایلم را قطع می‌کنم. بسته کاغذ کاهی تازه‌ای که خریده‌ام از کیفم بیرون می‌آورم. نور موبایل را توی جیب جلوی کیف می‌اندازم تا مازیک سیاهم را در بیاورم. کاغذ را روی کیف می‌گذارم و نوشتن را شروع می‌کنم. راننده صدای رادیو را بلند کرده. یک نمایشنامه رادیویی در حال پخش است: مادری نگران از وضع درسی دخترش ناله و زاری می‌کند... دستم را که روی کاغذ می‌گذارم از زمین و زمین جدا می‌شوم. ایده‌هایم را برای نوشتن این پست به صورت انفجاری گوشه و کنار کاغذ می‌نویسم. مدت‌هاست رانندگی نمی‌کنم تا توی راه هم بنویسم. خودم را عادت داده‌ام تا از هر فرصتی برای نوشتن استفاده کنم.

۵

شغل من نوشتن است؛ اما از فروش نوشته‌هایم پول در نمی‌آورم. لاقلاً به‌طور مستقیم.

۶

حتی می‌توانم بگویم، جز زمانی که به خاطر تحلیل‌هایم در «مجله بین‌المللی کیهان کاریکاتور» صفحه‌ای ۵ هزار تومان می‌گرفتم! تاکنون برای نوشتن هیچ متن دیگری حق‌التحریر دریافت نکرده‌ام. اگر هم برای روزنامه یا مجله‌ای چیزی نوشته‌ام، مبلغ حق‌التحریر آن‌قدر ناچیز بوده که وانمود کرده‌ام به خاطر عشق به نشریه از دریافت حق‌الزحمه صرف‌نظر می‌کنم!

۷

تکلیف سایت‌های اینترنتی هم روشن است: هزار کلمه، ۱۵ هزار تومان، یا نهایتاً ۱۰۰ هزار تومان. در ایران این روزها حق‌الزحمه‌ها از این بیشتر نیست. مگر در موارد استثنا. زمانی نوشته بودم اگر بنای چنین کاری را هم داشته باشم برای هر مقاله حداقل ۱ میلیون تومان می‌گیرم. البته که این کار را نمی‌کنم. نوشتن همان مقاله برای سایت خودم، به مراتب سودآورتر است.

۸

آیا چون به خاطر نوشته‌هایم پول نمی‌گیرم، نویسنده حرفه‌ای محسوب نمی‌شوم؟

۹

یک تعریف از حرفه‌ای: حرفه‌ای یک حوزه کسی است که با انجام آن کار درآمدزایی کند.

۱۰

اما من خودم را یک نویسنده حرفه‌ای می‌دانم، چون همه زندگی من با «نوشتن» می‌چرخد، مثل فرفره!

۱۱

به‌زعم من تبدیل نوشتن به درآمد، به انحای مختلفی امکان‌پذیر است، فروش نوشته‌ها فقط یکی از این راه‌هاست.

۱۲

شاید اطلاق واژه روش‌های غیرمستقیم برای بیان منظورم کافی نباشد. نوشتن می‌تواند با روش‌های مختلفی به‌طور مستقیم به پول برسد.

۱۳

بگذارید از تعاریف پایه شروع کنیم: متن‌ها به دو دستهٔ داستانی و غیرداستانی و ترکیبی از این دو تقسیم می‌شوند: از جمله متن‌های داستانی: قصه، حکایت، داستان کوتاه، داستان بلند، رمان و...

از جمله متن‌های غیرداستانی: یادداشت، مقاله، کتاب‌های درسی، زندگی‌نامه‌ها، کتاب‌های علمی، فلسفی و...

برخی جستارها و ناداستان‌های خلاق را هم می‌توان چیزی میان این دو نظر گرفت.

۱۴

به روش‌های سنتی یا رایج که نگاه کنیم، درآمدزایی از متن‌های داستانی تقریباً ناممکن به نظر می‌رسد. نویسندگان معدودی هستند که در بازار نشر ایران، از طریق آثار ادبی درآمد نسبتاً قابل توجهی دارند. البته وجود آن‌ها قابل انکار نیست؛ اما با توجه به روند فعلی تورم، می‌توان گفت این دسته از نویسندگان هم در حال انقراض هستند.

درباره نوشته‌های غیرداستانی هم تکلیف روشن است. به شماره ۷ همین متن نگاه کنید.

۱۵

راهکار چیست؟ با توجه به این وضعیت آیا می‌توانیم نویسندگی را - حداقل به شغل اول سبد شغلی‌مان تبدیل

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

کنیم؟ یا حتی نوشتن را به آرباریکه‌ای در تأمین هزینه-
های زندگی تبدیل کرد؟

۱۶

راز ماجرا در توجه به پدیده نوظهور و مهم «نویسندگی
آنلاین» است.

اما بگذارید کمی به دنیای نویسندگی آفلاین بازگردیم:

۱۷

تصور ما این است که معمولاً نویسنده‌های آماتور به سمت
خودانتشاری! می‌روند؛ اما با نگاهی به تاریخ نشر و ادبیات
متوجه می‌شویم که نسخه اول بسیاری از مهم‌ترین کتاب-
های تاریخ با سرمایه خود نویسنده منتشر شده‌اند.

۱۸

در زبان انگلیسی به کسی که شخصاً روی چاپ کتابش سرمایه‌گذاری کند vanity publishing می‌گویند. در این حالت حتی اگر با یک انتشارات همکاری کنیم، انتشارات دست به هیچ خطری نمی‌زند و تمام سود و زیان بر عهده نویسنده است. درآمد بسیاری از ناشران ایرانی از طریق این نوع واسطه‌گری تأمین می‌شود.

۱۹

شاید با مرور چند نمونه از ناشر-مولف‌های معروف غافلگیر شوید:

فریدریش شیللر؛ نمایشنامه «راهزنان» را به‌صورت ناشناس چاپ کرد. او برای چاپ این کتاب از همسر یک نظامی پول قرض کرده بود. شکست مالی کتاب باعث شد شیللر تا چند دهه بدهکار شود. البته امروز از نسخه‌های

باقی‌مانده از این کتاب به‌عنوان عتیقه‌هایی گران‌قیمت خرید و فروش می‌شود.

هرمان هسه که یکی از شناخته‌شده‌ترین برندگان جایزه نوبل است، مجموعه اشعار رمانتیک خود را با ناشری به دست چاپ سپرد که با سرمایه نویسندگان، کتاب‌های آن‌ها را منتشر می‌کرد.

هنری میلر که حالا به‌عنوان یکی از معروف‌ترین و جنجالی‌ترین نویسندگان تاریخ شناخته می‌شود. تازه در ۴۳ سالگی تصمیم گرفت نویسنده شود. او اولین مجموعه اشعارش را با هزینه خودش چاپ کرد و آن را خانه به خانه می‌فروخت. (نگاه کنید به تصورات رمانتیک ما از نویسندگی که با نوشتن اولین کتاب، توقع یافتن سرمایه‌گذار و جشن امضای کتاب و... داریم). **نیچه** که کتاب «چنین گفت زرتشت» او همین حالا از پرفروش‌های بازار نشر ایران است، در زمان حیاتش کتابش چنان مورد بی‌مهری قرار گرفت که مجبور شد مدت زیادی پس‌انداز کند تا بخش آخر کتاب را با سرمایه خودش چاپ

بشود.

صادق هدایت نسخه اول بوف کور را در هند منتشر کرد. داستانی که تاریخ ادبیات داستانی ایران را برای همیشه دگرگون کرد.

جیمز جویس، «اولیس» را که مطرح‌ترین رمان ادبیات مدرن است، بار اول در سال ۱۹۲۲ در هزار نسخه و با سرمایه خودش به چاپ رساند.

گراهام گرین، کتاب شعرش را با سرمایه خود در ۲۵ نسخه چاپ کرد و بعدها تقریباً تمام نسخه‌های آن را سوزاند. البته سال ۲۰۰۰ یک نسخه باقی‌مانده آن در یک حراج به مبلغ ۱۸ هزار پوند فروخته شد. **مارسل پروست** هزینه انتشار شاهکارش «در جستجوی زمان از دست‌رفته» را از جیب پرداخت!

آندره ژید کتاب‌هایش را با پول مادرش چاپ می‌کرد، کتاب معروف «مائده‌های زمینی» در دو سال اول فقط

۲۰۰ نسخه به فروش رسید. ژید در سال ۱۹۴۷ برنده نوبل ادبیات شد .

جولیا کامرون چاپ اول کتاب پرفروش «راه هنرمند» را با سرمایه شخصی خودش چاپ کرد. بعدها این کتاب توسط انتشارات پنگوئن به چاپ‌های متعددی رسید.

و صدها نمونه موفق و شکست‌خورده دیگر... از نویسندگان داستانی و غیرداستانی چند دهه اخیر هم بگذریم که سیاهه ناشر-مولف‌های موفق سر به فلک می‌کشد. البته که ناشرمولف‌های شکست‌خورده بسیاری هم وجود دارند که کتاب‌هایشان در انبارها و کمد‌های نمناک خاک می‌خورد.

۲۰

در ایران هم پدیده ناشر-مولف رایج بوده؛ اما غالباً این موضوع از سر ناچاری بوده تا انتخاب. (مگر در جاهای دیگر جهان جز این است؟)

با نگاهی به روابط بسته نشر و پخش در ایران موفقیت ناشر-مؤلف تقریباً محال به نظر می‌رسد. سیستم پخش و توزیع حتی اجازه ظهور و بروز ناشرهای تازه را هم فراهم نمی‌کند. ضمن اینکه چشم دوختن به دست پخش! معمولاً... معمولاً ۴۰ درصد از قیمت پشت جلد هر کتاب سهم پخش‌کننده کتاب است.

۲۱

با منصف‌ترین ناشرها هم اگر کار کنید، در نهایت ۱۰ درصد از قیمت پشت جلد سهم نویسنده است. (ناشرها چاره‌ای هم ندارند).

اگر به فروش کتاب‌فروشی‌ها هم چشم بدوزید، باید چند سالی انتظار بکشید. ضمن اینکه در شرایط فعلی تیراژ کتاب و گرانی کاغذ، فروش کتاب نویسنده کتاب‌اولی تقریباً محال است.

ضمناً خواننده ایرانی با این میزان از غریبگی با کتاب چرا باید برای خرید کتاب یک نویسنده تازه کار دست به جیب شود؟

۲۲

اما چطور می شود در همین شرایط، اولین کتاب غیرداستانی یک روانشناس جوان ایرانی با قیمت ۴۸ هزار تومان ظرف دو ماه به چاپ پنج می رسد؟

به خاطر اینکه آن نویسنده در اینستاگرام ۱۷۰۰۰۰ نفر فالور دارد؛ یعنی عملاً فروش قبلاً در جای دیگری صورت گرفته است.

تازه این کتاب شامل مجموعه یادداشت هایی است که قبلاً در صفحه اینستاگرام نویسنده منتشر شده.

۲۳

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

ما با پدیده نویسنده-بازاریاب مواجه هستیم.

درست است که با مخاطبانی اغلب شتابزده روبه‌رو هستیم. ولی اگر بهترین شاهکارهای ادبی، قرن‌ها پیش در دوران نبود اینترنت در ۵۰۰-۶۰۰ نسخه منتشر می‌شد. آیا با این میزان از سهولت در جذب مخاطب از میان میلیون‌ها ایرانی، توان جذب و تربیت حداقل هزار مخاطب عمیق را نداریم؟

۲۴

نمی‌توانیم پیف‌پیف کنیم و بگوییم من نویسنده‌ام و سرم فقط باید به نوشتن گرم باشد.

حالا حتی مخالفان فضای دیجیتال هم برای معرفی کتاب-هایشان به فضای دیجیتال متوسل می‌شوند.

بخش زیادی از درآمد ناشرها در حال حاضر از طریق فروش اینترنتی است.

۲۵

بازاریابی دیجیتال حتی فروش آثار خاص و هنری تر را هم تسهیل می کند. شاعری را می شناسم که دفتر شعر تازه اش را ماه ها پیش از انتشار از طریق صفحه اینستاگرامش به ۴۰۰ نفر پیش فروش کرده است.

بنابراین اینترنت و بازاریابی محتوا، زمینه لازم برای فروش بهتر آثار هنری کم مخاطب تر را هم فراهم کرده است؛ و اوضاع فقط برای عامه پسندها بهتر نیست.

۲۶

ما ناگزیر از نویسندگی آنلاینیم. به عبارتی تا وقتی صلیب معرفی و بازاریابی و معرفی اثرمان را به دوش نکشیده ایم،

حق غرغر کردن از فضای نشر را نداریم. گر تو نمی‌پسندی
تغییر ده غذا را!

۲۷

بله فعالیت آنلاین شاید از تمرکز نویسنده بکاهد؛ اما
درآمدزایی از نویسندگی همیشه و همه‌جا سخت بوده؛ اما
الآن در یکی از بهترین دوره‌های تاریخ می‌توانیم نوشتن و
نویسندگی را به کاری سود ده تبدیل کنیم.

۲۸

شک ندارم اگر بسیاری از نویسنده‌های قرن‌های پیشین در
حال حاضر وجود داشتند، حتی به‌جای چاپ کاغذی،
به‌طور کامل روی نشر اینترنتی آثارشان تمرکز می‌کردند.

منتها چون سنت نشر کاغذی سابقه دیرینه‌ای دارد بسیاری از نویسندگان هنوز برای چاپ روی کاغذ اعتبار بیشتری قائل می‌شوند.

۲۹

من شیفته کتاب کاغذی‌ام. توجه به نشر آنلاین، نه تنها باعث رونق کتاب‌های الکترونیکی می‌شود بلکه عملاً باعث ترویج کتاب کاغذی هم هست. چند وقت پیش در همین رابطه نوشتم:

به گمانم وب و شبکه‌های اجتماعی نه تنها به نشر کاغذی کتاب آسیب نمی‌زنند؛ بلکه فرصت ترویج و اشاعه فرهنگ کتاب‌خوانی را گسترش داده‌اند.

در طول تاریخ ایران، کتاب و کتاب‌خوانی چندان فراگیر نبوده که حالا نگران از بین رفتن آن باشیم.

اگر بازار کتاب، قبلاً محدود به چندصد هزار نفر می‌شد، حالا به واسطه بازار یابی محتوا، هر ناشری فرصت این را دارد که با کم‌ترین هزینه با میلیون‌ها ایرانی به‌عنوان مشتری بالقوه در ارتباط باشد.

ما با نسل تازه‌ای از کتاب‌خوان‌ها مواجه هستیم.

یک لحظه فکر کنید، می‌بینید که با بسیاری از کتاب‌های خوبی که خوانده‌اید، از طریق اینترنت آشنا شده‌اید.

طی سال‌های اخیر شاهد این بوده‌ام که بسیاری از ناشران بزرگ، از طریق امکانات اینترنت، رشد و توسعه برابر با چند دهه کار ناشران گذشته را تجربه کرده‌اند.

البته کتاب‌خوانی مثل همیشه موضوعی خاص خواهد بود با مخاطبانی خاص؛ اما فضای دیجیتال می‌تواند آن را پویاتر و پررونق‌تر کند.

۳۰

حرف اصلی من اهمیت نویسندگی در فضای آنلاین است؛ قدرت و تأثیرگذاری بالای آن.

به طور مثال تیراژ برخی از قدیمی ترین و معتبرترین مجلات ایرانی در حال حاضر کمتر از ۵ هزار نسخه است که آن هم کاملاً فروش نمی رود؛ اما سایت شخصی من، ماهیانه حدود ۵۰ هزار بازدیدکننده دارد.

این به معنی کیفیت بالاتر محتوای یا بازدیدکننده های سایت نیست. سخن این است که آیا دنگ و فنگ چاپ و کاغذ و توزیع و این تیراژ اندک، به دردسرهاش می ارزند؟

۳۱

تفکر سنتی نشر در ایران هنوز مدل های درآمدزایی از اینترنت را نیاموخته. نهایت خلاقیت نشریات ایرانی این است نسخه پی دی اف نشریه را با قیمتی کم تر روی سایت

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

می‌گذارند. بدون هیچ‌گونه بازاریابی محتوایی در فضای دیجیتال.

۳۲

زمستان پارسال توی صفحه اینستاگرامم اعلام کردم که کتاب تازه‌ام به‌زودی منتشر می‌شود.

چند روز پیش که در یکی از کتابفروشی‌های معتبر انقلاب بودم. یکی از فروشندگان پرسید آیا کتاب جدیدی منتشر کرده‌ام، چون چند نفر به کتابفروشی مراجعه کرده‌اند و پیگیر کتاب تازه من شده‌اند.

۳۳

باری، ساده سخن این گونه است:

اگر سودای نوشتن دارید و می‌خواهید نویسندگی حرفه شما باشد. به یک ناشر آنلاین تبدیل شوید. تبدیل شدن به یک ناشر آنلاین موفق علاوه بر مهارت در نوشتن به فهم بازاریابی دیجیتال نیز نیازمند است.

۳۴

اگر یک انتشارات آنلاین موفق داشته باشید:

یک: می‌توانید با درآمدتان، پروژه‌های خاص و ادبی خودتان را با آرامش دنبال کنید.

با این روش حواشی انتشار کتاب-مجوز و فیفا و میپا و سروکله زدن با ناشر- انرژی شما را نمی‌گیرد و می‌توانید روی کارتان سرمایه‌گذاری کنید؛ بنابراین قدرت زیادی برای آزمایش ایده‌های تازه خواهید داشت.

دو: می‌توانید به صورت مستقیم به بازخورد مخاطباتان دسترسی داشته باشید و با آن‌ها وارد تعامل شوید. این رابطه می‌تواند منشأ لایزالی! از ایده‌های موفق باشد.

سه: درست است که همه می‌توانند به عنوان ناشر مؤلف کار خودشان را چاپ کنند؛ اما اگر شما جامعه مخاطبان خوبی داشته باشید، دیگر نویسندگان هم برای چاپ آثارشان به سراغ شما خواهند آمد. (پس این یکی از فرصت‌های خوب شبکه‌سازی با نشر آنلاین است.)

فراموش نکنیم: بخشی از افراد تأثیرگذار تاریخ که نقش مهمی در توسعه فرهنگ بشر داشته‌اند جزو ناشران بوده‌اند. از **بنجامین فرانکلین** تا **گاستون گالیمار** و... شاید مطالعه کتاب «در جستجوی صبح»، خاطرات **عبدالرحیم جعفری**، بنیان‌گذار نشر امیرکبیر برایتان کتاب الهام‌بخش و ارزشمندی باشد. نشر آنلاین به ذهن‌های خلاق و چهره‌های تازه‌نفس نیاز دارد. شاید در این فضا بتوانیم بهتر از هر جای دیگری طرحی نو دراندازیم.

۳۵

ده نکته ضروری و مهم برای ساختن یک نشر آنلاین:

یک : یک اسم خوب انتخاب کنید. نشرِ «...»؟
بهمن فرسی، بعد از انقلاب، در لندن آثار خودش را در قالب نشری با نام «دفتر خاک» منتشر می‌کرد.
دو : گرافیک خوب، اعتبار و قدرت کار شما را ده برابر می‌کند. از نمونه‌های موفق الگو بگیرید.

سه : کتاب‌هایتان را دسته‌بندی کنید. مثلاً نشر چشمه، کتاب‌ها را با عناوینی مانند قفسه‌آبی و قرمز و ناداستان و غیره دسته‌بندی می‌کند. هرکدام از این دسته‌ها هویت گرافیکی مشخص خودشان را دارند.

چهار : انتشار کتابچه‌های رایگان را جدی بگیرید. محتوای رایگان و مفید بسیاری منتشر کنید تا مخاطب به شما اعتماد کند.

پنج: از تخفیف‌بازی! دست بکشید. امتیازات بهتری برای مخاطباتان در نظر بگیرید. هدایای غیرمادی جذابیت بیشتری دارند.

شش: از مدت‌ها پیش از انتشار کتاب بخش‌هایی از آن را به شکل‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی ارائه کنید. احتمالاً آشنایی با بلاگینگ کتاب‌برایتان مفید باشد. **هفت:** برای کتاب‌های خودتان ارزش قائل باشید. شاید چاپ یک کتاب الکترونیکی، ساده و کم‌هزینه باشد؛ اما در تولید محتوای آن باید با دقت و ریزینی عمل کنید. **هشت:** قدرت کتاب صوتی را دست‌کم نگیرید، می‌توانید برای انتشار نسخه صوتی کتاب‌هایتان برنامه‌ریزی کنید. **نه:** از ویدیو برای معرفی و مرور کتاب‌هایتان استفاده کنید و ارائه یک خلاصه کتاب ویدیویی ساده می‌تواند فروش کتاب را چند برابر کند.

د: برای اینکه روزی به یک ناشر رسمی تبدیل شوید برنامه‌ریزی کنید. بسیاری از کتاب‌های موفق نشر آنلاین

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

شما، بعدها می‌توانند در قالب نسخه چاپی هم منتشر شوند.

+نکته مهم:

درست است که شما به مجوز و دفترودستک نیاز ندارید؛ اما به یک سایت به جدیتی در حد اداره یک سازمان بزرگ نیاز دارد. به‌عنوان مدیر سایت، خودتان را برای اصلاح و ارتقای دائمی سایت مسئول بدانید. فراموش نکنید، سایت شما کتاب‌فروشی شماست. آیا مخاطبان شما حس خوبی از گشتن و خرید از این فروشگاه دارند؟

۳۶

پنج پیشنهاد برای تبدیل شدن به یک نویسنده آنلاین حرفه‌ای:

یک: زندگی زناشویی بلندمدتی را تصور کنید که زن و مرد بارها تا مرز طلاق رفته‌اند. بارها و بارها از هم دور شده‌اند؛ اما درعین حال هرازگاهی مرتکب تولیدمثل هم شده‌اند. کسانی که از بیرون نگاه می‌کنند می‌پرسند: شما باوجود این همه اختلاف چرا دوباره بچه‌دار شده‌اید؟ و زن و مرد با بالا و پایین انداختن چشم و ابرو نشان می‌دهند که ناگزیر از این کار بوده‌اند.

رابطه نویسنده و نوشتن چنین است. نویسندگی بیش از آنکه به عشق رمانتیک شبیه باشد، یک ازدواج نیمه‌سنتی! طولانی‌مدت است. ممکن است با عشق و حرارت شروع شود، اما در ادامه با تعهد و ازخودگذشتگی است که ادامه می‌یابد. کتاب‌های شما بچه‌های این زندگی مشترک‌اند و نوشته‌های پراکنده هم شاید...

باری باید دوام آورد. این رنج مقدس راه رسیدن به معنا را هموار می‌کند.

دو: به یک نویسنده تمام‌وقت تبدیل شوید. اگر گزینه شغلی دیگر شما، مدیریت یک شرکت بزرگ و معتبر

نیست. پس گزینه دیگری ندارید! اگر این کار را نکنید سه سال بعد در چه جایگاهی قرار می‌گیرید؟ سه: هرروز چیزی بنویسید و منتشر کنید. هرچقدر از اهمیت این موضوع بگویم کم گفته‌ام. بدون حضور روزانه از ذهن و ضمیر مخاطب حذف می‌شویم. حداقل در سه سال اول فعالیت‌مان بهتر است حتماً هرروز خودی نشان دهیم.

چهار: فقط به نوشتن اکتفا نکنید. وقتی از اهمیت نوشتن حرف می‌زنیم، به نوشتن به‌عنوان پایه تولید انواع محتوا حرف می‌زنیم؛ بنابراین شما می‌توانید نویسنده‌ای باشید که پادکست و فایل صوتی ضبط می‌کند، ویدیو و مستند می‌سازد و از هر روش مؤثری برای ترویج افکار‌تان بهره می‌گیرد.

نوشتن راهنماست.

پنج: ناشر شدن بدون عشق به کتاب و توجه به دنیای متنوع کتاب‌ها امکان‌پذیر نیست. پس به‌عنوان یک

نویسنده آنلاین باید به یکی از خوره‌های آشنایی با کتاب-های تازه و خواندن کتاب‌های مهم تبدیل شوید. ناشر شدن از ما نویسنده‌های بهتری می‌سازد. به شرط آنکه یادگیری اولویت اصلی ما باشد.

+ نکته مهم:

گوگل را دست کم نگیرد. اگر محتوای شما در موتورهای جستجو رتبه خوبی داشته باشند، با سیلی از مشتری خوب و مرتبط روبرو می‌شوید. البته که برای سئو ننویسد. خوب و کامل بودن مطلب و رضایت مخاطب، برای دیده شدن در گوگل و هر موتور جستجوی دیگری کافی است.

راستی شاید برایتان جالب باشد، **عباس معروفی**، علاوه بر نویسندگی، ناشر و کتابفروش موفق است. نشر گردون و کتابفروشی گردون دو کار موفق او هستند.

۳۸

زمانی که وبلاگ‌نویسی و نویسندگی آنلاین را آغاز کردم، با وجود مدت‌ها کار در نشریات، نوشتن حتی یک جمله درست برایم دشوار بود؛ اما ادامه دادم. حالا بعد از سه سال می‌توانم حرف را تکرار کنم: خود راه بگویدت که چون باید رفت.

یادداشت هشت:

یک راهنمای بسیار ساده برای مقاله‌نویسی در اینترنت

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

پنجم آبان سال ۱۳۹۴، خیره به مانیتور، گوشه اتاق کارم در خیابان تخت طاووس نشسته بودم که یک مقاله اینترنتی، نگاهم به وبلاگ نویسی را برای همیشه تغییر داد. خواندن آن مقاله کافی بود تا از آن لحظه به بعد در تمام اهدافم تجدیدنظر کنم و تصمیم بگیرم نهایت توان و انرژی‌ام را صرف مقاله نویسی در وب کنم.

من پیش از آن برای مجلات تخصصی و عمومی مقاله‌ها و سرمقاله‌های متعددی نوشته بودم؛ اما چند سال مداومت در نویسندگی آنلاین در عمل به من ثابت کرد که برای یادگیری و ارتباط و ترویج افکار، هیچ چیزی به اندازه مقاله نویسی در اینترنت مؤثر نیست.

حالا در مقاله کوتاهی، ایده‌هایم را برای راحت تر نوشتن در اینترنت شرح داده‌ام:

با آزاد نویسی شروع کن

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتتری

آزادنویسی یعنی نوشتن به آزادانه‌ترین شکل ممکن.

در این مرحله بنا نیست روی چیزی خط بکشی.

بنا نیست واژه‌ها دقیق، جمله‌ها درست و پاراگراف‌ها منسجم باشند.

آزادنویسی یعنی تولید چرک‌نویس و چرک‌نویس هر چه چرک‌تر بهتر!

دوست داری چه مقاله‌ای بنویسی؟

مقاله‌ی تو چه ویژگی‌های خاص و جالبی دارد؟

به سؤالات بالا فکر کن و بازیگوشانه بنویس. بگذار نوشته‌ات پر از حرف‌های غیرمنطقی و ناقص باشد. فقط بنویس.

توی آزادنویسی فقط می‌خواهی تصویری کلی از شکل و شمایل و اهداف مقاله‌ای در ذهن تو شکل بگیرد.

اگر می‌خواهی در مقاله‌نویسی شکست بخوری این‌گونه فکر کن:

«هر وقت ایده پیدا کردم، نوشتن را شروع می‌کنم.»

اما نویسنده حرفه‌ای می‌داند که ایده حین نوشتن به دست می‌آید.

چرک‌نویس را که نوشتی، بینداز کنار و از جای بلند شو برو پیاده‌روی. لای کتاب‌ها پرسه بزن. با دیگران صحبت کن. دوش بگیر. فکر کن؛ اما این کارها را دو سه ساعت بیشتر کش نده. حالا وقت بازنویسی یا به عبارتی نوشتن مقاله اصلی است.

قصه بگو، نقل قول کن، تشبیه و استعاره بساز

در اوایل دهه ۱۹۸۰، یک نوازنده با استعداد گیتار از گروه خود اخراج شد. این گروه تازه اولین قراردادش را بسته بود و داشتند برای ضبط اولین آلبومشان آماده می‌شدند؛ اما یک هفته قبل از شروع ضبط، نوازنده گیتار را اخراج کردند، بدون هیچ اخطار یا مشاجره قبلی. نوازنده گیتار فقط روزی از خواب بیدار شد و با بلیت اتوبوس روانه خانه شد! او روحیه‌اش را از دست داد. احساس کرد به او خیانت شده است. در این ماجرا هیچ‌کس از او جانب‌داری نکرد.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

هیچکس توجه نکرد که با چه حالی رفت. در سرنوشت‌سازترین لحظه کاری، کسانی او را ترک کردند که او بیش‌ترین اعتماد را به آن‌ها داشت. پس با خود عهد کرد گروه خودش را بسازد. چنان گروه شگفت‌انگیزی راه بیندازد که گروه قبلی‌اش احساس ندامت کنند و چنان مشهور شود که تمام عمرشان را به این فکر کنند که مرتکب چه اشتباه وحشتناکی شده‌اند...

دوست دارید ادامه داستان را هم بدانید؟

بله، اغلب ما کنجکاوی سیری‌ناپذیری برای خواندن و شنیدن داستان داریم.

داستان نیمه‌کاره‌ای که در بالا خواندید، پاراگراف ابتدایی یکی از مقالات وبگاه **مارک منسون** است. منسون در حال حاضر یکی از پرفروش‌ترین نویسندگان غیرداستانی دنیاست. چرا او مقاله‌اش را با یک داستان شروع کرده؟

جو ویتالی در این رابطه می‌گوید:

یکی از دلایل موفقیت یکی از نامه‌های پرفروش من آن است که این نامه با جمله «نزدیک بود اشکم در بیاید...» شروع می‌شود. این عنوان در ابتدای نامه حکایت از داستان دارد، نه یک پیشنهاد خرید. مردم به شما گوش خواهند داد؛ به شرط آنکه مقصود خودتان را در قالب یک داستان جذاب بیان کنید.

علاوه بر این، داستان تمایز ایجاد می‌کند. با بیان یک قصه تازه، می‌توانی تکراری‌ترین پیام‌ها را دوباره و دوباره به گوش مخاطب برسانی و مخاطب تو از این ماجرا راضی و خشنود باشد.

درباره موضوع مقاله‌ای که می‌خواهی بنویسی چه قصه‌ای به ذهنت می‌رسد؟ یک خاطره؟ خلاصه فیلم یا داستانی که قبلاً خوانده‌ای؟ یک ماجرای مشهور؟ یا یک حکایت قدیمی؟

با همان شروع کن. موبه‌مو برایمان توصیفش کن. ماجرا چه زمانی رخ داده؟ چه آدم‌هایی در چه مکان‌هایی قصه را ساخته‌اند؟

با یک قصه خوب ما را میخکوب مقالات کن.

بعد از گفتن قصه، بنویس چرا این قصه را تعریف کردی؟
پیام قصه چه بود؟ در این مقاله چه چیزی می‌خواهی به ما
بدهی؟

حالا کیلوکیلو هم حرف انتزاعی و غیرداستانی بزن، به
خاطر لذتی که با داستان اول مقاله برای ما ایجاد کرده‌ای
به خواندن ادامه می‌دهیم.

وسط حرف‌هایت هر جا نقل‌قول خوبی به ذهنت رسید
استفاده کن. حتی برو توی ویکی‌گفتاورد^۲ و کتاب‌ها بگرد
تا جملات قصار تازه پیدا کنی. **کوروش کبیر** می‌گوید:
استفاده از نقل‌قول، جذابیت و اعتبار متن را بیشتر می‌کند!

از تشبیه و استعاره استفاده هم کن. حرفی که می‌زنی شبیه
چیست؟ آیا می‌توان آن را با یکی از چیزهای ملموس و
روشن زندگی ما مقایسه کنی تا منظورت را بهتر بفهمیم.

^۲ fa.wikiquote.org

یادت هست که من داشتن سایت را به اداره یک کشور
تشبیه کرده بودم؟

بین سعید عقیقی چگونه وسط یکی از یادداشت‌هایش -
برای بیان تأثیرگذارتر حرفش - یک استعاره گزنده ساخته:

سینما از آنچه باید باشد و می‌تواند باشد، فرسنگ‌ها فاصله
گرفته است. دروغ، تبعیض، حق‌کشی و پلیدی به‌صورت
امری رایج و طبیعی درآمده و گویی جز این چیزی نباید
باشد. حق این است که وقتی از کنار تابلوهای تبلیغاتی یا
سردر سینماها می‌گذریم، از دیدن این تصاویر عنیف و
حماقت مستولی بر ذهن و زبان سازندگانشان سرمان را از
خجالت پایین بیندازیم و بگذریم و دلمان را به فروش
بلیت‌ها خوش کنیم و خود را فریب بدهیم که «چرخ سینما
باید بچرخد» و سینمای «پرمخاطب»ی داریم. انگار
پدري به‌جای کوشش در جهت فراهم کردن رفاه
دختر تازه‌بالغش، او را روانه خیابان‌ها کند تا خرج
خودش را دربیاورد و استدلالش این باشد که «چرخ
زندگی باید بچرخد» و دل خوش دارد به این که دختر

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

«پرمخاطب»ی دارد! این توهین آمیزترین جمله‌ای است
که می‌توان نثار دوستداران سینما کرد.

اینتر بزن

یک لحظه پاراگراف بالا را نگاه کن.

حالا برگرد یک نگاه هم به پاراگراف آزاد نویسی ببنداز.

کدام یک برای خواندن راحت تر است؟

برای خواننده شدن مقالات سفیدخوانی را دست کم بگیر.

بگذار سطرها نفس بکشند.

خواننده اینترنتی کم حوصله است. متن تودرتوی تو از
خواندن می‌ترساندش.

هرجایی که امکان داشت اینتر بزن و برو سطر بعدی.

جمله‌هایت را کوتاه کن

شاهرخ مسکوب از بهترین نثرنویس‌های زبان فارسی است. هر کتاب او کلاس درس تسلط کلامی است. بیا اولین سطرهای کتاب مسافر نامه مسکوب را با هم ببخوانیم:

از خانه بیرون آمدم. تاریک بود. اینجا همیشه صبح‌ها تاریک است. دو تا زن به ساعت‌هایشان نگاه می‌کردند و می‌دویدند. در تلاش معاش! کبوتر سحرخیز و کامروائی دستپاچه و سمج به چیزی شبیه روده مرغ نک می‌زد. صبحانه در باران. آسمان مثل لاک روی زمین افتاده بود و آدم‌ها زیر چتر مثل لاک‌پشت‌های پادراز و قارچ‌های ساقه بلند بودند. سرگردان، شتاب‌زده! چراغ ماشین‌ها روشن بود. از نور خیسشان آب می‌چکید. خیابان باریک، ساختمان‌ها بلند و آسمان غایب! مثل این بود که ته دریا راه می‌روم، در تاریکی خیس اعماق!

به کوتاهی جمله نگاه کن. دوستی نویسنده با **نقطه حیرت**- انگیز است.

«از خانه بیرون آمدم.»

«تاریک بود.»

«دو تا زن به ساعت‌هایشان نگاه می‌کردند و می‌دویدند.»

خواندن این جمله‌ها راحت‌تر است. تمرکزمان را از دست نمی‌دهیم و نفسمان بند نمی‌آید.

اما کافی است به مقالات ناشیانه وب نگاه کنی. اغلب این مقاله‌ها پر از جملات بلندی هستند که در انتهای هر جمله یادمان می‌رود جمله با چه موضوعی شروع شده بود؛ بنابراین یکی از کارهای اصلی تو در بازنویسی، کوتاه کردن جملات است.

از میان تیتراستفاده کن

این کاری است که دن کندی از آن به عنوان مسیر دوگانه خواندن یاد می‌کند.

ما برای خواندن یک مقاله، از همان سطر اول شروع نمی‌کنیم جمله به جمله پیش برویم. اول یک نگاه کلی به مقاله

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

می‌اندازیم و بعد که اول تا آخر آن را دیدیم، درباره خواندن یا نخواندن آن تصمیم می‌گیریم.

حالا با این حساب چطوری می‌توانیم شانس خواننده شدن مقاله را افزایش بدهیم؟

یک راه مؤثر استفاده از میان‌تیرهای کاربردی و جذاب است. میان‌تیرها، نه تنها ساختار بهتری به متن می‌دهند، بلکه می‌توانند مخاطب را برای خواندن کل مقاله متقاعد کنند.

میان‌تیر زیر شما را به خواندن این مقاله ترغیب می‌کند؟

غول مرحله آخر مقاله‌نویسی در اینترنت

منتشر کن. اگر نوشته‌هایت را منتشر نکنی هیچ چیزی یاد نمی‌گیری.

یادگیری نوشتن در خلوت اتفاق نمی‌افتد. باید به یک نظم نوشتاری متعهد باشی و هرروز بنویسی و منتشر کنی.

بعدها که حرفه‌ای‌تر شدی شاید نخواهی هرروز چیزی منتشر کنی اما در سال‌های اولیه کار، تمرین اصلی تو، نوشتن روزانه و انتشار است؛ ارزشمندترین چیزها را از این رهگذر یاد می‌گیری.

بهتر است نوشتن را به‌جای هدف، به یک عادت تبدیل کنی. ممکن است هدف تو داشتن یک سایت پرمخاطب باشد؛ اما به‌جای خیالبافی بهتر است عادت تازه کردن روزانه وبلاگت را تقویت کنی. هدف جذاب‌تر به نظر می‌رسد، اما عادت سازنده‌تر است.

راز نهایی این است: خودت را عادت بده هر طور که شده هرروز چیزی منتشر کنی. بدون خیال‌پردازی درباره نتیجه کار.

یادداشت نُه:

رسانه می تواند کمک کند

حتماً شما هم این جمله را صدبار دیگر به شکل های مختلف شنیده اید: «به دیگران کمک کن تا بتوانی موفق شوی.» که شاید یکی از قدیمی ترین شکل های آن این گفته کنفوسیوس باش «کسی که خیر دیگران را تأمین کند، خیر خودش را هم تأمین کرده.»

اما در عمل چگونه می توان این کار را انجام داد؟

کیسه خرید همسایه سالخورده را از پله ها بالا ببریم؟ وقتی به آبدارخانه اداره می رویم برای همکارمان هم چای بریزیم؟ در پول قرض دادن به نزدیکان پیش قدم باشیم؟ یا با انتقال علم و دانش و تجربیات گهربارمان ذهن دیگران را مالا مال از درک و دانش و شعور کنیم؟!

یا به راه های دیگری هم می توان اندیشید؛ روش هایی که مناسبات و امکانات دنیای فعلی در اختیار ما گذاشته است.

یکی از کارهای لذت‌بخشی که من می‌شناسم، هم‌رسانی محتوای خوب و معرفی دیگران است. صدا البته در انجام این کار، اگر صاحب رسانه باشیم، اندازه و تأثیر کمک ما بیشتر می‌شود.

در این اینجا مقصودم از رسانه، پیج اینستاگرام، اکانت توییتر، کانال تلگرام یا وبلاگ و وبسایت شخصی شماست.

تصور کنید شما رسانه کوچکی دارید و جمعی از علاقه‌مندان یک موضوع خاص مخاطب رسانک! شما هستند.

حالا شما حتی با حجم اندکی از تأثیرگذاری، می‌توانید به معنای واقعی کلمه به دیگران کمک کنید.

مثلاً تصور کنید کسی کتاب کوچکی در موضوع تخصصی شما چاپ کرده و شما کتاب او را پسندیده‌اید و در سایت یا کانال کوچکتان چند خطی در معرفی کتاب او می‌نویسید و شاید لینک خرید کتاب را هم می‌گذارید.

یا تصور کنید، در صفحه اینستاگرامتان، صفحه یکی از افراد مستعد و خوش آتیه‌ای را که می‌شناسید معرفی می‌کنید.

یا چند کلمه‌ای دربارهٔ برخورد خوب اعضای یک فروشگاه یا سازمان مرتبط به حوزه تخصصی‌تان می‌نویسید.

همهٔ این کارها، با هر میزان از تأثیر، نمونه‌های مثبتی از کمک کردن در دنیای معاصرند.

شاید یک پست کوچک شما، روی افزایش فروش یک محصول یا تعداد مخاطبان یک نفر، تأثیر عینی چندان ملموسی نداشته باشد؛ اما همین کار ساده می‌تواند تشویق و دلگرمی سازنده‌ای باشد.

پس می‌ارزد که برای ساختن یک رسانه شخصی خوب بکوشیم؛ چراکه می‌توانیم فرصتی برای قدردانی از زحمات دیگران داشته باشیم، از کارهای تازه حمایت کنیم و آدم‌ها را به هم وصل کنیم.

رسانه می‌تواند کمک کند؛ کمک‌هایی که شاید هرگز از یاد نروند.

یادداشت ده:

محتوا چیست؟ | تولید محتوا چه زمانی به نتیجه می‌رسد؟

تعریف ساده و سراسر است تولید محتوا:

هر نوشته، عکس، صوت و فیلمی که تولید می‌کنیم و می‌ریزیم توی سایت و شبکه‌های اجتماعی نوعی از محتواست!

تعریف دم‌دستی استراتژی محتوا:

برنامه‌ریزی برای هر چه اثربخش‌تر شدن فرآیند تولید، نشر و بهره‌برداری از محتوا.

بازاریابی محتوا هم تقریباً یعنی:

بهره‌گیری اشخاص یا سازمان‌ها از محتوا برای ایجاد اعتبار و اعتماد؛ یعنی با تولید نشر و محتوای خوب و تخصصی،

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

ابتدا مخاطب جذب می‌شود و سپس مخاطب به مشتری تبدیل می‌شود.

خب، تعاریف بالا نه‌چندان دقیق، ولی به‌هرحال ساده و تا حدی کاربردی است.

خب، آیا تولید محتوا راحت است؟

آیا با صرف زمانی اندک و یادگیری فرمول‌ها و ترفندها می‌توانیم محتوای مؤثری تولید کنیم؟

آیا می‌توانیم به‌عنوان تولیدکننده محتوا با جاهای دیگر همکاری کنیم؟

آیا می‌توانیم برای رونق کسب‌وکارمان محتوا تولید کنیم؟

آیا می‌توانیم محتوای خودمان را بفروشیم و کسب‌وکاری محتوا محور داشته باشیم؟

اگر به دو سؤال اول جواب بدهیم، جواب مابقی سؤالات هم روشن می‌شود:

خیر، تولید محتوا نه تنها راحت نیست، بلکه بسیار سخت‌تر و زمان‌برتر و حتی عذاب‌آورتر از چیزی است که تصور می‌شود.

اصلاً اگر راحت بود که دیگران این قدر دنبال پیدا کردن تولیدکننده محتوا نمی‌گشتند؛ که سر آخر هم ناامید شوند.

بگذارید اعتراف کنم. من حالا پشیمانم از اینکه به خیلی‌ها کار تولید محتوا را پیشنهاد داده‌ام. چون آن‌ها:

مدام کتاب نمی‌خوانند، با شعرخوانی منظم دامنۀ کلماتشان را افزایش نمی‌دهند، برای مطالعه و تحلیل محتوای دیگران وقت نمی‌گذارند، برای برند شخصی خودشان محتوا تولید نمی‌کنند، هرروز چیزی را منتشر نمی‌کنند، حداقل سه سال از وقت و انرژی‌شان را به این کار اختصاص نمی‌دهند و...

اما می‌دانند که تولید محتوا مهم است و حتی به خاطر این آشنایی چشمی هم به مواهب محتوایی دارند!

البته اصلاً تعجب نکنید از دیدن کسی سایت خودش را دو سال به روز نمی‌کند و دوره آموزش تولید محتوا برگزار می‌کند.

یا اینکه چطور می‌شود سایت سفارش تولید محتوا راه‌اندازی کنیم و حتی برای چنین سایتی که بناست کارخانه محتوا باشد محتوا تولید نکنیم؟
نمونه‌های محتواسازان بی‌محتوا فراوان است.

چند تا مدرس و سخنران می‌شناسید که رسانه شخصی‌شان هر روز با محتوای اختصاصی تازه شود؟

بله، عمه من و حتی به قول بهمن فرسی، عمه عمه من هم لایو کردن توی اینستاگرام و صدا گذاشتن توی تلگرام را بلد است، فوروارد کردن ترهات دیگر کانال‌ها هم از هر کسی بر می‌آید؛ اما کدام یک از ما مثل متمام و روزنوشته‌ها^۳، برای نشر مکتوب زحمت می‌کشیم؟

³ mrshabanali.com

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

ویدیو و پادکستی هم اگر هست اول باید در متن مکتوب نطفه ببندد. نباید از سر ناتوانی در فرهنگ مکتوب، همه چیز را شفاهی برگزار کنیم.

قبول؛ نوشتن و منتشر کردن، در خیلی از مواقع نفرت‌انگیز به نظر می‌رسد. چون دقت و تمرکز می‌خواهد؛ اما باید دانست که بدون سوخت مکتوب، موتور محتوا روشن نمی‌شود و از صوت و ویدیوی ما هم چیزی جز خرخر و ناله به گوش نخواهد رسید.

دو دقیقه صحبت کافی است تا فقر واژگانی هر کسی روشن شود.

امام محمد غزالی می‌گوید:

برای رسیدن به چیزی که عاشقانه دوستش داری باید ابتدا/ در تحمل چیزهایی که از آن‌ها نفرت داری صبور باشی.
(نقل از متمم)

کارهایی که دیگران از آن طفره می‌روند، دقیقاً همان کارهایی هستند که می‌توانند ما را متمایز و موفق کنند.

چگونه به یک نویسنده آنلاین تبدیل شویم؟ | شاهین کلاتری

تولید محتوا دشوار است و مطالعه تکنیک‌ها و ترفندها و یکی دو سال کار کردن، جز دست‌گرمی و خاک‌بازی نیست.

من گمان می‌کنم تولیدکننده محتوا، به سبب گره کلفت این کار با فرهنگ، باید **روشنفکر باشد**؛ و رسیدن به فکر روشن، کار زیاد می‌طلبد.

Madresenevisandegi.com



مدرسه
نویسندگی

Sahinkalantari.com