



شماره اول | ۲۴ فروردین ۱۴۰۱

# محتواکار

ماهنامه دوستداران محتوا

چگونه یک کتاب غیرداستانی بنویسیم؟

نقشه راه تولید محتوا

چرا می‌نویسیم؟

تمرین نوشتن داستان کوتاه

استمرار در تولید محتوا



باشگاه نویسندگی شیراز

پایگاه تولیدکنندگان محتوای استان فارس



## درباره محتواکار

### آن چه گذشت

بهار پارسال، شاهین کلانتری ایده تشکیل یک باشگاه نویسندگی را در سرم انداخت. آن قدر پیگیر مبینا اهل ایمانی شدم که بالاخره شماره چند نفر از شاگردان مدرسه نویسندگی را برایم پیدا کرد که ساکن استان فارس بودند. می خواستم بتوانیم با هم حضوری دیدار کنیم اما تا به حال، تمام جلساتمان آنلاین برگزار شده است. سمیه محمدی از رشت هم افتخار داد که جزیی از ما باشد.

درنهایت خروجی اش شد ماهنامه محتواکار. این نشریه برای تمام کسانی است که دغدغه نویسندگی و تولید محتوا دارند. ضعف ها و کاستی ها را بر ما ببخشید. امیدواریم که این مطالب برایتان مفید باشد.

## یادداشت سردبیر

### به مناسبت نیمه رمضان

دیروز یک قرار کاری در مرکز شهر داشتم. اسنپ گرفتم. هر چه به مرکز شهر نزدیکتر می شدم، ترافیک سنگین تر می شد. گرما کلافه ام کرده بود. از خیابان اصلی وارد کوچه شدیم. ماشین ها قفل شده بودند و تکان نمی خوردند. متوجه نمی شدم چرا در یک کوچه بن بست باید چنین ترافیکی باشد. پیاده شدم و دنبال آدرس گشتم. صدای داد و فریاد می آمد.

کمی جلوتر یک دبیرستان بود. والدین می خواستند بچه هایشان را دقیقاً جلوی در مدرسه پیاده کنند. کوچه تنگ بود و بعضی از رانندگان ناشی. زن و مرد دستشان را روی بوق گذاشته بودند و ناسزا می گفتند. نه به حنجره خود رحم می کردند و نه به اعصاب بچه هایشان که در حیاط مدرسه به صف ایستاده بودند. کافی بود یکی کوتاه بیاید، به دیگری راه دهد و ببخشد. انگار در ذهنمان جا افتاده؛ کسی که می بخشد ضعیف و بی عرضه است.

ماه رمضان است و چند روز دیگر ولادت کریم اهل بیت (علیه السلام). کسی که دشمنانش را به راحتی بخشید. کسی که شیعیان فراموش کارش را هم می بخشد.

## ماهنامه محتواکار

شماره اول

۲۴ فروردین ۱۴۰۱

نویسندگان

فیروزه خیرمند

زینب فولادی

هدا خیرمند

نازنین ایمانی

سمیه محمدی

سردبیر و صفحه آرا

نازنین ایمانی

کاری از

باشگاه نویسندگی شیراز

با تشکر از

شاهین کلانتری

مبینا اهل ایمانی

راه های ارتباطی

آیدی اینستاگرام: @mohtavakaar

ایمیل: shirazwritingclub@gmail.com

منتظر نظرات شما هستیم.

جهت همکاری با ما به همین آیدی پیام دهید.

یک بازه زمانی برای خود تعیین کنید مثلا دو ماه. در این مدت، سعی کنید تمام منابعی را که جمع‌آوری کرده‌اید بخوانید و بررسی کنید.

## ۴- یادداشت‌برداری

برداشت‌های خود از مطالعاتی که داشته‌اید را یادداشت کنید. بهتر است روند کارتان برنامه منظمی داشته باشد مثلا دو ساعت مطالعه داشته باشید و ۲۰ تا ۳۰ دقیقه برداشتتان از مطالب را بنویسید. می‌توانید از نظریه‌ها و تحقیقات مختلفی که توسط دیگران راجع به موضوع مورد نظر شما تا کنون صورت گرفته استفاده کنید تا اطلاعات دقیق تری بدست آورید.

هنگام نوشتن وسواس به خرج ندهید. بار اول تلاش کنید، بدون حساسیت و توجه عمیق به رعایت دستور فارسی در جملات آن‌ها را بنویسید. ویرایش را همزمان با نوشتن متن انجام ندهید. بنابراین بدون وسواس آن‌چه که متوجه شدید را بنویسید. در این مرحله می‌توانید مطالب را روی کاغذ بنویسید یا تایپ کنید.

(ادامه مقاله در صفحه بعد)

## چگونه کتاب بنویسیم؟

## ده گام برای نوشتن یک کتاب غیرداستانی

## ۱. انتخاب موضوع

اولین گام برای نوشتن یک کتاب انتخاب موضوع است؛ سعی کنید موضوعی را انتخاب کنید که برایتان جذابیت داشته باشد و در صورت امکان در آن زمینه تخصص داشته باشید.

برای این کار، کافیست یک قلم و کاغذ بردارید و لیستی از تمام موضوعاتی که به آن علاقمندید را در آن بنویسید، بعد از میان آن‌ها یک موضوع را انتخاب کنید.

برای مثال اگر حوزه کودکان برایتان جذاب است، از میان صدها مورد مهمی که می‌توان راجع به کودکان به آن اشاره کرد یکی را به عنوان موضوع کتابتان انتخاب کنید فرضا قصه درمانی در کودکان

## ۲. جمع‌آوری منابع

بعد از انتخاب موضوع، به چند منبع جامع نیاز دارید. این منابع شامل کتاب‌ها، مقالات، سمینارهای و دوره‌های آموزشی و ... می‌باشد.



## ۵. بازنویسی

بعد از اینکه مطالبتان را نوشتید و از نظر تعداد کلمات به اندازه‌ای که در نظر داشتید رسیدید (مثلاً ۲۰۰۰ کلمه)؛ نوبت به ویرایش می‌رسد.

از اول مطالب را صفحه به صفحه بخوانید و جملاتی که به نظرتان از لحاظ مفهومی یا دستوری مشکل دارند را بازنویسی و اصلاح کنید یا اگر در جایی از متن احساس کردید یک جمله مشکل اساسی دارد آن را حذف کنید و به جای آن جمله بهتری بیاورید. این کار را تا جایی ادامه دهید که کل نوشته‌هایتان به کیفیت مطلوب برسد. سپس می‌توانید نوشته‌هایتان را در قالب pdf به چند نفر از دوستانتان که دستی بر قلم دارند و به آن‌ها اعتماد دارید بدهید تا آن را بخوانند و نظرشان را اعلام کنند.

## ۶- ویراستاری

وقتی خودتان متن را کاملاً ویرایش و تایپ کردید، باید نوشته‌هایتان را برای ویراستاری نهایی، به ویراستار دهید. ویراستاری شامل سه حوزه ویرایش فنی، ادبی و محتواییست. گاهی نیاز به هر ۳ نوع ویرایش است گاهی هم نه، بستگی به متن شما دارد. در ویراستاری فنی رعایت فاصله کلمات، نقطه، ویرگول و انواع علائم نگارشی، غلط‌های املائی و به طور کلی ظاهر متن مورد بررسی قرار می‌گیرد

در ویرایش زبانی \_ساختاری کل متن با توجه به رعایت اصول دستور زبان فارسی مورد بازنگری قرار می‌گیرد و اصلاح می‌شود اما در مورد ویرایش محتوایی همان‌طور که از نامش پیداست ویراستار به تصحیح و بررسی محتوای متن می‌پردازد و در صورت نیاز محتوای متن را اصلاح می‌کند مثل حذف مطالب غیرعلمی و نامعتبر.

## ۷. صفحه‌آرایی

در این مرحله بعد باید کتاب را به صفحه‌آرا بسپاریم. صفحه‌آرایی با توجه به قطع انتخابی کتاب و بنابر نظر خود شما توسط صفحه‌آرا انجام می‌شود.



## ۸- طراحی جلد

اولین چیزی که مخاطب با آن رو به رو می‌شود جلد کتاب است بنابراین ظاهر جلد تاثیر مستقیمی بر تصمیم مخاطب برای خرید کتاب دارد. در این مرحله، با توجه به محتوای کتاب، طرح جلدی را که در نظر دارید را برای طراح توضیح دهید و او طرح را آماده می‌کند.

## ۹- مجوزها

بعد از طراحی جلد باید کتابتان را برای یک انتشارات معتبر بفرستید تا کارهای مربوط به گرفتن مجوز کتاب از اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، دریافت شابک، همچنین مجوز فیپا از کتابخانه اسناد ملی و مجوز جلد کتاب انجام شود. سعی کنید انتشاراتی را انتخاب کنید که مرکز پخش کتاب نیز داشته باشند تا به فروش کتابتان کمک کند. دقت کنید که کارهای مربوط به ویراستاری، صفحه‌آرایی، طراحی جلد را می‌توان به خود انتشارات سپرد. اکثر ناشران افرادی را برای انجام این کارها دارند.

## ۱۰. انتشار

بعد از اینکه مجوزهای کتاب دریافت شد، می‌توانید به کمک ناشر کتاب را چاپ کنید. با توجه به بودجه‌ای که دارید، از ناشر درخواست می‌کنید کتابتان در چند نسخه چاپ شود.

بعد از انتشار این سوال پیش می‌آید که «چگونه فروش کتابم را بالا ببرم؟» در مقالات بعدی، راهکارهایی را به شما ارائه خواهیم داد.





نازنین ایمانی

## اهداف شخصی

این دسته از اهداف در راستای توسعه‌ی فردی است. معتقدم این اهداف از بقیه مهم‌تر است. معمولاً ماه‌ها طول می‌کشد که محتوا به کسب درآمد منجر شود یا در کلمه‌کلیدی خاصی اولین پیشنهاد گوگل شود اما توسعه فردی از همان روز اول آهسته آهسته خود را نشان می‌دهد. به نوعی سوخت اصلی موتور مولد محتواست. برای مثال:

- یوتیوبری که برای بهتر شدن فن بیان ویدیو می‌سازد.

- پدربزرگی که برای ایجاد ارتباط بهتر با نسل جوان سراغ وبلاگ‌نویسی رفته است.

- پادکستری که می‌خواهد افراد هم‌دغدغه با خود را پیدا کند و شبکه دوستی جدیدی بسازد.

## اهداف بازاریابی

اهداف بازاریابی، در خدمت افزایش فروش است.

برای مثال:

- نویسنده‌ای که می‌خواهد کتابش به نوبت چاپ سوم برسد.

- مدیر وبسایتی که تلاش می‌کند نرخ تبدیل بازدیدکننده به مشتری دو درصد افزایش یابد.

- مترجمی که قصد دارد دانیلود مقاله‌اش ۳ برابر شود.

## نقشه راه تولید محتوا

### مرحله اول: تعیین هدف

اولین گام تولید هر محصولی، تعیین هدف است. اهداف می‌تواند در حوزه‌های مختلف دسته‌بندی شود. ممکن است شما برای به‌روزرسانی دانسته‌های خود سراغ تولید محتوای متنی بروید یا بخواهید برای جذب مشتری جدید، در شبکه‌های اجتماعی فعالیت کنید.

### اهداف کلی برای تولید محتوا

به‌طور کلی، ۴ دلیل برای تولید محتوا وجود دارد:

۱- اطلاع‌رسانی (مثل محتوای کانال‌های خبری)

۲- سرگرمی (مثل صفحات اینستاگرام بعضی از کم‌دین‌ها)

۳- الهام بخشیدن (مثل اکثر تداک‌ها)

۴- متقاعد کردن (مثل صفحه تبلیغ محصولات در وبسایت‌های فروشگاه‌ها)

لازم به ذکر است؛ گاهی شما با تولید یک محتوا، چندین هدف را در نظر می‌گیرید.

می‌توان دقیق‌تر شد و اهداف را در حوزه‌های شخصی، بازاریابی، فنی و... دسته‌بندی کرد.

- بازدید ۱۰۰ نفر در روز از وبسایت

نکته مهم: برای نتیجه بهتر حتما برای هر یک از اهدافتان بازه زمانی تعیین کنید.

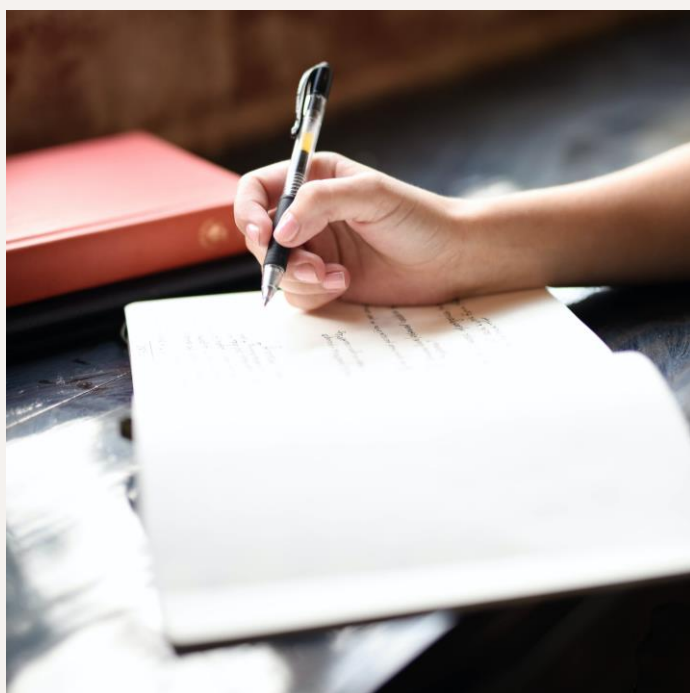
بعد از تعیین اهداف، وارد مرحله طوفان ذهنی می‌شویم که در مقاله‌ای جداگانه در شماره‌های بعدی به آن خواهیم پرداخت.

منبع visme.co

این اهداف در راستای بحث‌های فنی وبسایت و بهبود تجربه کاربریست. برای مثال:

- رسیدن به صفحه اول گوگل با سرچ کلمات کلیدی «آموزش خبرنگاری»

- افزایش time on page وبلاگ تا ۵ دقیقه به وسیله ارتقا UX



زینب فولادی

## چرا می‌نویسیم؟

پاسخ به یک پرسش اساسی

«ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ»

«نون، سوگند به قلم، سوگند به آنچه می‌نویسد.»

سوگند خداوند به قلم و نوشته، سوگند به نعمت است؛ چون خداوند در کلام خویش به بیشتر آفریده‌های خود، از آن جهت که رحمت و نعمتند، سوگند یاد کرده است مانند سوگند به آسمان، زمین و... بنابراین سوگند به قلم و نوشتن، بزرگ‌ترین نشانه‌ی اهمیت و ارزش دانش بشری است.

## چرا می‌نوشتند؟

افرادی که به‌طور جدی به نوشتن مشغول هستند، بیش از سایرین، با این پرسش مواجه می‌شوند. گاهی در مسیر انجام کار و رسیدگی به علاقه‌ی خویش، دچار خلل و ناامیدی می‌شوند و مکررا این سوال را از خود می‌پرسند؛ «نوشتن و نوشتن من چه تفاوتی ایجاد می‌کند؟»

فلانری اوکانر: «می‌نویسم چون نمی‌دانم چه فکر می‌کنم، تا وقتی که آنچه نوشته‌ام را بخوانم.»

پائولو کوئلیو: «برای این می‌نویسم تا بکوشم غم و اندوه را به امید و آرزو، و تنهایی را به خاطرات تبدیل کنم»

ویلیام سامرست موام: «نوشتن والاترین آرامش است.»

## چرا می‌نویسم؟

هر نویسنده برای نوشتن دلیلی دارد، اصلی‌ترین دلیل آن عشق است، عشق به نوشتن که مهم‌ترین و بهترین ابزار برای آرام کردن روح سرکش است.

من نیز مانند بسیاری از شما در ابتدای راهم؛ چیزی که به من کمک می‌کند ادامه دهم، سخن کسانیست که قبل از من این مسیر را پیموده‌اند و موفق شده‌اند.

- می نویسم تا بدون خشونت، آشفتگی و غیظ خود را ابراز کنم.
- می نویسم چون می توانم دوباره کودکی ام را زندگی کنم.
- می نویسم چون می خواهم حس خوب واژه ها را به مخاطب انتقال دهم.
- می نویسم چون با نوشتن رها می شوم از اسارت ذهن.
- می نویسم چون نوشتن درمان درد بیهودگی است.

- حال دلایلی که من برای نوشتن دارم را به اختصار با شما به اشتراک می گذارم؛
- می نویسم چون با نوشتن، افکار ناشناخته ذهنم ظهور پیدا می کند.
- می نویسم چون عاشق ابداع و خلق کردنم.
- می نویسم چون می خواهم سهمی در خلق آثار ادبی داشته باشم.
- می نویسم چون از بیان احساسات درونی ام مستأصلم.
- می نویسم چون نوشتن، نا آرامی و آشفتگی های ذهنم را سامان می دهد.



زیسته، چیز دیگری نخواهد بود.

در جهان امروزی، انسان ها به واسطه ی وجود این پیوند عمیق و گسترش صنعت و تکنولوژی، بیش از گذشته طالب اثرگذاری در جهان بیرون و مخاطبان بیشتری در اطراف خود هستند. این اثرگذاری می تواند در قالب کسب و کار یا در قالب برند شخصی باشد و از طریق اشاعه افکار و نگرش به شکل محصول یا خدمات انجام شود. در واقع انسان امروزی در تلاش است تا با قرار دادن خود در مسیر رشد و آگاهی، اثر و رد عبوری ماندگار از خود به جا بگذارد.

سمیه محمدی

## استمرار در تولید محتوا

یادداشتی درباره ی ضرورت مداومت در نویسندگی

دلیل تولید محتوا

زندگی، ظرف بزرگ محتواست؛ که در اختیارمان قرار داده شده تا با لحظه هایی که می سازیم و در آن زندگی می کنیم، ارائه دهندگان محتوا برای آن باشیم و در عین اثرپذیری، در خلق محتوایی منحصربه فرد، اثرگذار باشیم. چرا که زندگی بدون محتوای سازنده و اثربخش، جز ظرفی تهی و قابی خالی از نقش و تجربه



حال با وجود چنین مقدمه ای باید دید که آیا این اثرگذاری و اثربخشی به یکباره اتفاق خواهد افتاد یا نتیجه ی تلاش تدریجی ما خواهد بود؟ اثربخش بودن زمانی محقق می شود که محتوا غنی و عمیق باشد. آیا به عمق رسیدن و عمق بخشیدن، بدون رنج و زحمت ممکن خواهد بود؟ آیا اگر خودمان، جهان درون خودمان را فراموش کرده باشیم و بدون اینکه انسانی اثرگذار باشیم، می توانیم اثری ماندگار از خود در این زندگی به جا بگذاریم؟ می توانیم در خلق محتوای غنی برای زندگی سهیم باشیم؟

بنابراین با تامل در این سوالات می توان به این نتیجه رسید که بدون تلاش پیوسته و آگاهانه در مسیر رشد فردی و فکری خود نمی توان در جهت خلق اثری ماندگار حرکت کرد.

این جمله ی آقای شاهین کلانتری در کتاب شاهراه تاثیرگذاری تاییدکننده ی همین امر است: «خلق و نشر مداوم محتوا، شاهراه تاثیرگذاری است.»

### حفظ استمرار

ادامه دادن و ماندن در هر مسیری نیازمند صبوری بی حساب و اهدافی پرمعناست. در این صورت انگیزه و اراده ای قدرتمند درونی ایجاد می شود که لازمه مداومت در خلق کردن است و زمانی محقق می شوند که بر مبنای ارزش های درونی و اصلی انسانی باشند.

پس در هر مقطعی از زندگی، قبل و بعد از هر اقدامی، ارزش های انسانی را به خود یادآور شویم. برای تلاش پیوسته در این مسیر، این یادآوری ضروریست.

یکی از بهترین راهکارهای عملی برای مداومت در تولید محتوا، داشتن یک استراتژی و یا نقشه راه هدفمند است. این که بدانیم دقیقاً به چه منظور و از چه طریقی به خلق و انتشار محتوا دست بزنیم؛ به این صورت که روزانه یا هفتگی، با انتشار محتوایی که

خلق کرده ایم، آن را در معرض دید و در اختیار مخاطبان خود قرار دهیم، در غیر این صورت «اعتماد» که مهره ی اصلی پیوند ما با مخاطبان است، در نهایت از بین خواهد رفت.

### ضرورت مداومت

در نتیجه مداومت در مسیر خلق و تولید محتوا ضرورت دارد تا؛ ارزش های اصلی انسانی خود را بشناسیم. قبل و بعد هر اقدامی، ارزش هایمان را به خود یادآور شویم تا فراموش نکنیم که اهدافمان در تولید محتوا بر چه مبنایی شکل گرفته است. این امر به داشتن انگیزه ی قوی و حفظ اراده و صبوری در برابر فشارها و رنج های راه کمک می کند.

لازم است در مسیر تولید محتوا و اثرگذاری، نقشه راه داشته باشیم و محتوایی که تولید کرده ایم را به طور مستمر منتشر کنیم. به این ترتیب، رابطه خود با مخاطب و جهان بیرون ادامه می یابد.



دوم: درون مایه داستان را مشخص کنید

تعیین کنید داستان چه حرفی برای گفتن دارد؟

سوم: شخصیت‌های داستان را آماده کنید

بعد از انتخاب موضوع، یکی دو روز به خودتان فرصت دهید و درباره شخصیت‌های داستان فکر کنید. اگر نیاز دارید کتابی را مطالعه کنید، قبل از شخصیت‌پردازی این کار را انجام دهید؛ سپس مشغول فکر و خیال درباره شخصیت‌ها و رویدادهای داستانتان شوید. به هر کدام از شخصیت‌های داستان هم به صورت مجزا و هم در ارتباط بایکدیگر فکر کنید.

## تمرین نوشتن داستان کوتاه

چگونه در کمترین زمان، داستان کوتاه بنویسیم؟

اول: می‌خواهید از چه موضوعی بنویسید؟

یک موضوع ساده و ملموس را انتخاب کنید تا بتوانید در یک نشست آن را به سرانجام برسانید. در نظر داشته باشید که قرار نیست به تمام جزئیات داستان و ریز صحنه‌ها بپردازید. در این تمرین به شکل کلی و ساده می‌نویسید تا بتوانید در در کمترین زمان داستان را به پایان برسانید.



## چهارم: ویژگی‌ها را تعیین کنید

اگر در نوشتن داستان مشکل دارید و نمی‌دانید داستان را از کجا شروع کنید و چگونه به پایان برسانید، قبل از شروع نوشتن، دو جمله برای ابتدا و انتهای داستان در نظر بگیرید و به خودتان تعهد دهید که با جمله آغازین به داستان شیرجه بزنید و بعد از فراز و فرودها، داستان را با جمله پایانی تمام کنید و کنار بگذارید.

باز هم یادآوری می‌کنم که این فقط یک تمرین برای نوشتن داستان کوتاه است.

شخصیت‌های داستان را با اسامی که برایشان انتخاب کرده‌اید لیست کنید و جلو هر اسم مشخصات ظاهری و باطنی آن‌ها را یادداشت کنید. طرز فکر شخصیت‌ها و نوع نگاهشان به زندگی را نیز بنویسید. درباره تمام شخصیت‌های داستان خیال‌پردازی کنید؛ حتی اگر فکر می‌کنید ابعاد مختلف زندگی و شخصیتشان در داستان مطرح نمی‌شود باز هم این کار را انجام دهید.

در مورد اتفاقاتی که قرار است داستان را شکل دهد و صحنه‌های ویژه هم فکر کنید. حتی درباره پس‌زمینه زندگی هرکدام از شخصیت‌ها که شاید هیچ وقت در داستان به آن‌ها اشاره‌ای نشود، فکر کنید. اطلاع از جنبه‌های مختلف زندگی شخصیت‌ها، داستان را و بهتر پیش می‌برد و مجاب‌کننده‌تر به پایان می‌رساند.

## پنجم: از فکر و خیال فاصله بگیرید

وقتی مرحله قبل را به پایان رساندید، دو سه روزی از این افکار فاصله بگیرید و به داستان فکر نکنید. مثلاً اگر امروز شنبه است به خودتان بگویید سه‌شنبه صبح ساعت هفت شروع می‌کنم و این داستان کوتاه را می‌نویسم.

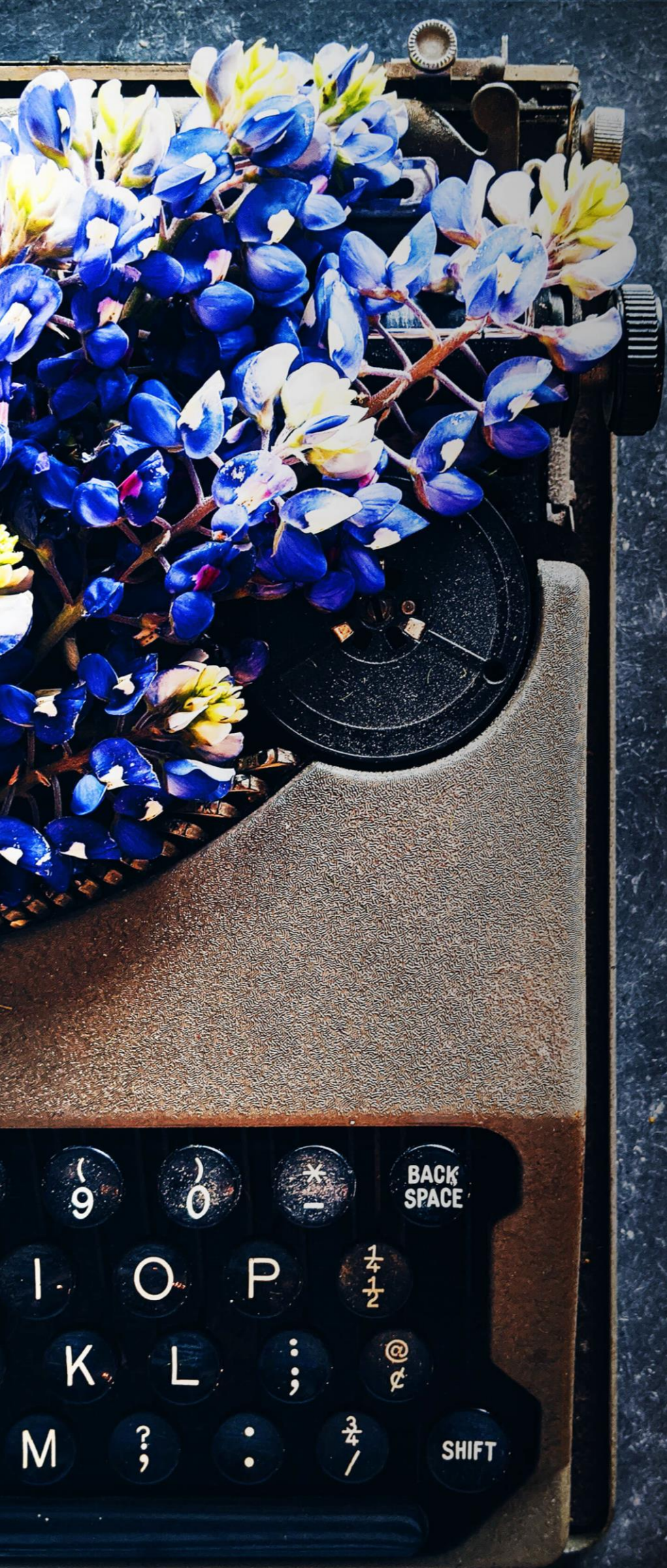
در این چند روز، گاهی خیال داستان به ذهنتان می‌رسد، نیازی نیست خشونت به خرج دهید و بگویید: «اه، قرار بود بهش فکر نکنم.» خودتان را عذاب ندهید اما سعی کنید به آن توجه نکنید تا موعد مقرر فرا رسد.

## ششم: داستانتان را در یک نشست بنویسید

در زمانی که برای خودتان مشخص کردید شروع به نوشتن داستان کنید و آن را در یک جلسه تمام کنید. مدت زمانی که نوشتن داستان به درازا می‌کشد به محتوای داستان شما و توانتان در نوشتن بستگی دارد.







BACK  
SPACE

(  
9

)  
0

\*  
\_

I

O

P

$\frac{1}{4}$   
 $\frac{1}{2}$

K

L

;  
;

@  
¢

M

?  
;

:

$\frac{3}{4}$   
/

SHIFT