کتاب نویسی برای مدیران

راهنمای گام به گام نگارش یک کتاب مدیریتی

نوشتهٔ ناهید عبدی

به نام خدا

کتاب‌نویسی
برای مدیران

ناهید عبدی

NhahidAbdi.com

تیرماه ۱۳۹۸

فهرست

موضوعات کتاب **صفحه**

مقدمه ۳

چرا نوشتن کتاب؟..... ۷

چگونه بنویسیم؟..... ۱۲

مراحل کلی نوشتن کتاب..... ۱۴

نوشتن کتاب به‌عنوان یک پروژه..... ۱۹

عنوان نویسی..... ۲۴

روش‌های نوشتن..... ۲۷

پاراگراف نویسی..... ۲۷

روش فصل‌های تفکیک شده..... ۳۷

روش الف تا ی برای نوشتن..... ۴۰

روش ی تا الف برای نوشتن..... ۴۲

ابتدا گفتن و بعد نوشتن..... ۴۴

ابزار نوشتن.....۴۵
روش خوشه‌بندی.....۴۵
تحقیق کردن.....۴۸
مطالعه کردن.....۵۳

مقدمه

«اگر در یک در جزیرهٔ متروک به دنیا آمده باشید و هرگز موسیقی به گوشتان نخورده باشد احتمالاً نمی‌توانید بتهوون شوید.

ممکن هست اما محتمل نیست.

شاید بتوانید صدای پرنده‌ها را تقلید کنید اما سمفونی شمارهٔ پنج را نخواهید نوشت.

برای اینکه بتوانید اندیشمندی اصیل باشید، به سه چیز نیاز دارید:

اول باید حجم بسیار عظیمی اطلاعات داشته باشید. بعد باید مشتاق باشید با ایده‌ها کلنجار بروید؛ و درنهایت باید این توانایی را داشته باشید که از شر زباله‌ها خلاص شوید.»

-جاکوب رابینو

ارتباط حرف‌های جاکوب رابینو با محتوای این کتاب را می‌توانم در این موارد خلاصه کنم:

ما نمی‌توانیم بدون آموزش و یادگیری روش‌های درست نوشتن، به نویسنده‌ای حرفه‌ای تبدیل شویم.

مخاطب هم بدون خواندن تجربیات دیگران نمی‌تواند به مدیری خوب یا فردی شایسته و باتجربه تبدیل شود. چنین فردی مجبور است چرخ را از نو اختراع کند.

از طرفی، صرفاً نمی‌توان کتاب نوشت به خاطر اینکه نویسندگی و ورود به دنیای آموزش، جذاب است و گفته می‌شود به برندسازی شخصی کمک می‌کند. باید علاقهٔ فرد پیشاپیش حرکت کند تا اثر خلق‌شده، خواندنی و ارزشمند شود.

درنهایت هم باید توجه کرد مدیری که دست به قلم می‌شود تا از تجربیاتش بنویسد، باید توانایی حذف کردن و کم کردن را داشته باشد. به تعبیر رابینو، باید توانایی خلاص شدن از شر زباله‌ها را داشته باشد. مدیر باید توانایی تحلیل کردن داشته باشد.

همان‌طور که در فضای کسب‌وکار، رسیدن به این توانایی از راه کلنجار رفتن با ایده‌های مختلف و درنهایت تحلیل خوب و بد صورت می‌گیرد، برای رسیدن به توانایی درست نوشتن هم باید در معرض اطلاعات زیادی قرار گرفت تا ذهن تحلیل‌گر به‌مرورزمان رشد کند و توانایی برای تشخیص زباله‌ها را کسب کند.

به همهٔ دلایل ذکرشده، من این کتاب را بیشتر تشویقی برای مطالعهٔ بیشتر و بهتر مدیران می‌بینم؛ چراکه آموختن از طریق مطالعه کردن را کوتاه‌ترین و مطمئن‌ترین راه برای دستیابی به مهارت نویسندگی می‌دانم.

مدیری که دغدغهٔ نوشتن کتاب دارد نمی‌تواند از فضای مطالعه کردن دور باشد. تجربیات فردی هرچند غنی، نیازمند متری است تا به شکل دقیق تحلیل و اندازه‌گیری شود و چراییِ ارزشمند بودن یا نبودن این تجربیات را مشخص کند. مطالعه کردن راهی برای ساختن این متر و اندازه‌گیری درست عملکرد یک فرد است.

پس اگر قرار باشد مهم‌ترین قدم برای دستیابی به مهارت نویسندگی را همین ابتدا معرفی کنم، آن را مطالعه کردن به شیوه‌ای ساختارمند می‌دانم. مدیری که در کنار تجربیات واقعی در محیط کار، مطالعه می‌کند، می‌تواند این تجربیات را به شیواترین کلمات ممکن ترجمه کند و آن‌ها را به شکل محصولی آموزنده در اختیار دیگران قرار بدهد.

چرا به نوشتن این کتاب فکر کردم؟

کتاب‌ها برای من مقدس هستند. همیشه از نگاه کردن به کتاب‌های یک کتابخانه و حجم آگاهی که در آن فضای کوچک فشرده شده، شگفت‌زده می‌شوم. تلاشم هم بر این بوده است تا حد امکان کتاب‌هایی را بخوانم که چنین قداستی را در ذهنم پررنگ‌تر کند. ازاین‌رو وقتی دوستان و اطرافیان تصمیم به نوشتن کتابی می‌گیرند، به سهم خودم تلاش می‌کنم این دستاورد عظیم و شگفت انسانی را در مسیری هدایت کنم که ارزش بیشتر و دستاوردهای واقعی‌تر برای نویسنده و خواننده‌اش فراهم کند.

وقتی با مدیران مختلف صحبت می‌کنم و تجربیات منحصربه‌فرد و ارزشمندشان را می‌شنوم، به این فکر می‌کنم که ثبت و ضبط این دستاوردها می‌تواند جایگزین بسیار ارزشمندی با کتاب‌های زرد و تهی‌مغز باشد. کتاب‌هایی که مدل ذهنی یک مدیر موفق را نشان می‌دهد و از چالش‌هایی حرف می‌زند که به شکل تکرارشونده بر سر راه هر مدیری می‌تواند قرار بگیرد، می‌تواند از بعد آموزشی و انسانی مفید باشد.

کتاب‌های غیرداستانی زیادی نوشته می‌شوند که تکرار همان حرف‌های قبلی هستند بدون ذره‌ای خلاقیت یا جمله‌ای تازه که خواننده را به فکر کردن وادارند. کتاب‌هایی که فکر می‌کنم آبرومندانه‌تر است که نوشته نشوند و سندی گویا از تهی بودن ذهن نویسنده‌اش به دست مردم ندهند. جایگزین چنین کتاب‌هایی، می‌تواند نوشته‌های مدیری باشد که با ارائهٔ نمونه‌های واقعی، چالش‌ها و موفقیت‌های کاری و همین‌طور تجربیاتی که برای به دست آوردنشان هزینه‌های سنگینی داده است، خواننده را آموزش دهد و از تکرار دوبارهٔ آن اشتباهات برای خواننده جلوگیری کند.

با نگاه سیستمی می‌توانیم بفهمیم که چنین کتاب‌هایی می‌تواند بر چند جنبهٔ مهم از زندگی همهٔ ما تأثیر مثبت بگذارد:

- ارائهٔ چشم‌انداز درست در رابطه با کسب‌وکار و توضیح دادن در مورد مدل فکری که پشت این چشم‌انداز وجود دارد، از تکرار اشتباهات جلوگیری می‌کند و باعث رونق کسب‌وکارهای شخصی می‌شود.
- کیفیت کتاب‌های چاپ شده توسط نویسنده‌های ایرانی رشد می‌کند و به‌جای تکرار حرف‌های گفته‌شده یا در بهترین حالت، ترجمهٔ حرف‌های دیگران، داستان‌هایی واقعی از دنیای ملموس کسب‌وکار کشور ارائه می‌دهد.
- کسب‌وکارها به روش‌های بهتری برای بازاریابی روی می‌آورند و با تلاش برای تولید محتوایی ارزش‌آفرین، به‌صورت جدی‌تر به پیوستن به روش‌های نوین بازاریابی فکر می‌کنند و ازاین‌رو موفقیت بلندمدت خود را بیشتر تضمین می‌کنند.

- مدیران به شکل جدی‌تر به نوشتن، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌های سازمانی فکر می‌کنند و درگذر زمان می‌توانند از دستاوردهای مستقیم و غیرمستقیم آن در کارشان بهره ببرند.

چرا نوشتن کتاب؟

چرا مدیران به نوشتن کتاب نیاز دارند؟

نویسندگی بخش مهمی از کار یک مدیر است اما کمتر مدیری است که به اصول نویسندگی به شکل حرفه‌ای مسلط باشد. به‌هرحال مدیران برای نامه‌نگاری، دریافت گزارش، ارائهٔ گزارش، سخنرانی و حتی برای مذاکره کردن با مخاطبان خود به یادگیری اصول نویسندگی نیاز دارند؛ اما کمتر پیش می‌آید از مدیری بشنویم که یکی از دغدغه‌های اصلی‌اش، نداشتن مهارت درزمینهٔ نوشتن باشد. جالب است که چنین دغدغه‌ای را در مدیران رده‌بالای جهانی می‌بینیم. به‌عنوان‌مثال از جک ولش مدیر جنرال الکتریک تا بیل گیتس و جف بزوس، بنیان‌گذار سایت آمازون و مدیران زیادی در سراسر دنیا، کتاب‌هایی چاپ شده و چکیده‌ای از بهترین تجربیاتشان در سراسر دنیا در دسترس قرار گرفته است.

در سطحی بالاتر، نوشتن کتاب هم جزو دغدغهٔ عدهٔ کمی از مدیران موفق است. این در حالی است که کتاب یکی از بهترین راه‌ها برای انتقال دستاوردهای چند دهه کار کردن می‌تواند باشد. با نوشتن کتاب، مدیران می‌توانند فراتر از کسب‌وکار خود و حتی فراتر از منافع فردی فکر کنند و به دیگران اجازه دهند تا در این منافع با آن‌ها شریک شوند. این کار را با اشتراک‌گذاری ارزنده‌ترین تجربیاتشان انجام می‌دهند.

در اینجا به مهم‌ترین دلایلی که یک مدیر می‌تواند به نوشتن کتاب فکر کند، اشاره می‌کنم:

شنیدن داستان‌های واقعی، جذاب و آموزنده هستند

از مهم‌ترین دلایلی که مردم به سراغ خواندن کتاب می‌روند این است که می‌خواهند آموزش و یادگیری را به شکل اصولی تجربه کنند. یادگیری در بهترین حالت وقتی اتفاق می‌افتد که کتاب خوانده شده بر پایهٔ نمونه‌های حقیقی و انتقال تجربیات واقعی باشد. هر کسب‌وکار مملو از تجربیات واقعی شخصِ مدیر و چالش‌های فراوانی است که او با آن‌ها مواجه شده و می‌تواند به‌صورت تکرارپذیر برای سایر کسب‌وکارها نیز اتفاق بیفتد. پس بیان واقعیت‌های هر کسب‌وکار، به خواننده کمک می‌کند تا بتواند همان تجربیات را با هزینه‌ای کمتر فرابگیرد و آموخته‌هایش را به‌صورت واقعی در کارش پیاده کند.

برای اینکه خواننده بتواند بهترین نتیجه را از خواندن چنین کتابی ببرد، لازم است مدیر کسب‌وکار از دغدغه‌های روزمره‌اش فاصله بگیرد و از ارتفاعی بالاتر به نحوهٔ کارکرد بخش‌های مختلف کارش نگاه کند. درواقع مدیر کسب‌وکار در نقش نویسنده، باید ناظری بی‌طرف باشد و بتواند گزارش دقیقی ازآنچه در کارش مشاهده می‌کند و آنچه تاکنون تجربه کرده است را در اختیار خواننده قرار دهد.

وقتی مدیر کسب‌وکار به‌صورت ناظری بی‌طرف ظاهر می‌شود و تلاش می‌کند تا گزارشی دقیق از چندوچون کارش ارائه دهد، باید بتواند با استفاده از کلمات، تصویرسازی درستی از کار ارائه دهد. درواقع مدیر شروع به گفتن داستان کسب‌وکارش می‌کند. داستانی که مانند هر قصهٔ معناداری، بر پایهٔ روابط علت و معلولی، شخصیت‌های داستان، چالش‌ها و نقاط عطف، گره‌های داستانی و نحوهٔ عبور کردن از این گره‌ها بناشده است. شنیدن داستان‌های واقعی همیشه جذاب هستند مشروط بر اینکه به شیوهٔ جذاب هم گفته شوند.

برای بیان کردن داستان کسب‌وکار به شکل جذاب، به یادگیری مهارت نویسندگی نیاز است. وقتی مهارت نویسندگی در خدمت یک راوی قرار می‌گیرد که قصه‌ای واقعی برای گفتن دارد، آنگاه شاهد شکل‌گیری کتابی خواهیم بود که هم آموزنده است، هم جذاب و سرگرم‌کننده است و هم کاری انسانی است؛ چراکه این کتاب عصاره‌ای از تجربیات فردی است که شکست‌ها و چالش‌های زیادی را تجربه کرده است و حالا راه‌های برون‌رفت یا کنترل این چالش‌ها را در اختیار خواننده‌اش قرار می‌دهد تا به او کمک کند با هزینه‌ای کمتر، از عهدهٔ موقعیت‌های این‌چنینی برآید.

نوشتن کتاب قبل از هرکسی به خود مدیر کمک می‌کند

چارلز هَندی می‌گوید: «اگر می‌خواهی واقعاً چیزی را یاد بگیری، سعی کن آن را به دیگری یاد بدهی.»

نوشتن کتاب برای یک مدیر هم همین خاصیت را دارد. کتاب نوشتن پیش از هرکسی، به مدیر کسب‌وکار کمک می‌کند. وقتی به‌عنوان یک مدیر تصمیم به نوشتن کتاب می‌گیرید، در درجهٔ اول باید شروع به نظم دادن به فکر و عملکرد خود بکنید. باید کارهای مختلفی را که تاکنون انجام داده‌اید را در روندی معنادار بچینید تا بتوانید آن‌ها را به‌صورت شفاف توضیح دهید. چاره‌ای ندارید جز اینکه دقیق‌تر به موقعیت‌های مختلف فکر کنید و به دنبال چرایی و چگونگی وقوع آن‌ها بگردید. این کار باعث می‌شود به واقعیت‌هایی در کارتان پی ببرید که شاید تا قبل از تصمیم‌گیری برای نوشتن کتاب، به آن‌ها فکر نکرده بودید.

نوشتن کتاب حتی ممکن است منجر به بازبینی در انجام قسمت‌هایی از کار شود. به‌هرحال نمی‌شود کلیاتی را که همیشه گفته‌اند و همه شنیده‌ایم را بازگویی کرد. نویسنده نیاز به خوراک محتوایی خوب دارد؛ یعنی نوشتن از تجربیاتی که ارزش به اشتراک گذاشتن داشته باشند. همین موضوع باعث می‌شود مدیر با نگاهی گزینشی‌تر و دقیق‌تر به کارش نگاه کند و تلاش کند تا بر روی مواردی سرمایه‌گذاری کند که احتمالاً خروجی ارزشمندی برای خودش و دیگران دارد و قابلیت بیان شدن به‌عنوان تجربهٔ ارزشمند کاری را دارد.

کتاب رزومه‌ای گویا و حرفه‌ای برای یک مدیر است

همان‌طور که گفتم، مدیران بزرگی در سراسر دنیا به نوشتن کتاب فکر کرده‌اند و ما امروز تجربیات ریزودرشت آن‌ها را نه در قالب دورنمایی غیرقابل‌دسترس که به شکل یک کتاب می‌توانیم ببینیم. دلیل اینکه نوشتن کتاب همچنان برای مدیران سراسر جهان جذابیت دارد این است که نه‌تنها رزومه‌ای از نحوهٔ عملکرد آن‌ها را نشان می‌دهد که مدل ذهنی و شیوهٔ نگاه کردنشان به دنیا را هم عرضه می‌کند. درواقع یک کسب‌وکار، فرزند متولدشدهٔ فکر و اندیشهٔ مدیر آن است؛ ازاین‌رو کتاب چاپ‌شده، می‌تواند بهترین رزومه‌ای باشد که یک مدیر از خود به‌جای می‌گذارد.

نوشتن کتاب کاری اخلاقی و انسانی است

نوشتن کتاب به‌قصد کمک به دیگران یک روش اخلاقی برای آموزش دادن است. این موضوع در مورد کتاب‌های مدیریتی به چند شکل مختلف می‌تواند به مخاطب کمک کند. انتقال تجربیات شخصی مدیر در قالب یک کتاب به مخاطبی که به کارآفرینی فکر می‌کند، می‌تواند احتمال تصمیم‌گیری درست را برای او افزایش دهد. همین‌طور می‌تواند روی شکل دادن به مدل ذهنی او در مورد کاری که قصد راه‌اندازی آن را دارد تأثیر مثبت بگذارد. مخاطبی که مشغول به فعالیت در کسب‌وکار خاصی است، با خواندن تجربیات یک مدیر، می‌تواند چالش‌های پیش رو را بهتر تشخیص بدهد و با دانش بیشتری با آن‌ها مواجه شود. همین‌طور برای دیگر افراد که درگیری ذهنی و عملی خاصی با تجربیات نویسندهٔ کتاب ندارند، خواندن کتاب می‌تواند انگیزه‌بخش و آموزش‌دهنده بوده و محرک خوبی برای بهتر فکر کردن باشد.

آموزش‌های کتاب مدیریتی فراتر از کسب‌وکار است

هیچ‌وقت نمی‌توان خط مشخصی بین زندگی شخصی و کاری کشید و این دو را کاملاً از هم جدا کرد. همیشه سایهٔ زندگی شخصی بر روی کار می‌افتد و بالعکس. ازاین‌رو نوشتن کتاب مدیریتی تنها به انتقال تجربیات کاری محدود نمی‌شود بلکه می‌تواند حاوی آموزه‌های مهمی در رابطه با زندگی هم باشد. وقتی از مدل ذهنی مدیر حرف می‌زنیم نمی‌توانیم بگوییم مدل نگاه کردن او به دنیا درزمینهٔ کارش کاملاً متفاوت از زندگی شخصی‌اش است؛ و اتفاقاً به همین دلیل است که خواندن چنین کتاب‌هایی می‌تواند بسیار جذاب باشد چون نشان می‌دهد برخلاف تصوری که عموم مردم از یک کسب‌وکار دارند، چطور زندگی شخصی یک مدیر روی کارش سایه می‌اندازد و می‌تواند تاکتیک‌ها و استراتژی‌های کسب‌وکارش را به‌کل تغییر بدهد.

نوشتن کتاب یکی از بهترین راه‌ها برای بازاریابی است

ست گادین می‌گوید: «بازاریابی محتوا تنها راهی است که برای کسب‌وکارها باقی‌مانده است.»

محتوای ارزشمند را می‌شود به چندین صورت بازتولید کرد و برای بازاریابی از آن استفاده نمود. کتاب یکی از بهترین انواع محتواست که می‌تواند در معرفی کسب‌وکار به مدیران کمک کند. علاوه بر اینکه مدیر می‌تواند به‌واسطهٔ کتابی که می‌نویسد، مخاطب را با کسب‌وکارش آشنا کند، همین‌طور می‌تواند محتوای متنی کتاب را در قالب فایل‌های صوتی و تصویری دیگر درآورد و به‌عنوان محتوایی ارزشمند برای بازاریابی در فضای دیجیتال از آن بهره ببرد.

چگونه بنویسیم؟

به‌عنوان یک مدیر، می‌توانید از دو راه برای نوشتن کتاب استفاده کنید:

راه اول این است که مهارت‌های نویسندگی را یاد بگیرید و شخصاً کتاب خود را بنویسید.

راه دیگر این است که از نویسنده‌ای کمک بگیرید تا این کار را برای شما انجام بدهد. اصطلاح «نویسنده در سایه» برای چنین نویسنده‌هایی به کار می‌رود که به افراد مختلف کمک می‌کنند تا کتابشان را بنویسند.

اگر به نوشتن از راه دوم فکر می‌کنید می‌توانید با من در ارتباط باشید تا با کمک تیمی از دوستان نویسنده، برای نوشتن کتابی که در نظر دارید، کمکتان کنیم.

اما اگر به راه اول فکر می‌کنید، روش‌های زیر می‌تواند برای نوشتن یک کتاب خوب به شما کمک کند.

مدل‌های نوشتن

علم شیمی درس‌های زیادی به ما یاد داده است؛ اما مهم‌ترین آن‌ها بر این واقعیت سوار شده است که برای شناختن یک پدیده نیاز است تا آن را به اجزای سازنده‌اش تقسیم کنیم. درواقع برای دیدن کلیت یک پدیده، چاره‌ای نداریم جز اینکه جزئیات آن را به‌دقت رصد کنیم.

نوشتن هم همین‌گونه است و همهٔ مدل‌های نوشتن بر یک موضوع استوار هستند: نوشتن کتاب پروژه‌ای بزرگ است که برای انجام دادنش لازم است آن را به اجزای سازنده‌اش تقسیم کنیم.

کسی می‌تواند یک کتاب خوب بنویسد که از عهدهٔ تفکیک درست و شفاف موضوعات اصلی کتاب برآید. در قدم بعدی باید بتواند موضوعات فرعی را به‌دقت تعریف کند. برای تعریف این موضوعات لازم است آن‌ها را به شکل پاراگراف، جمله و درنهایت کلمه‌هایی درست و مناسب به کار ببرد.

ریزترین واحد سازندهٔ کتاب، کلمات هستند. ساده به نظر می‌رسد اما قدرت همین کلمات است که سرنوشت کتاب‌های جهان را تعیین می‌کند. یک موضوع واحد با به‌کارگیری کلماتی متفاوت، می‌تواند ماهیتی کاملاً خاص و متفاوت به خودش بگیرد. پس کلمات یک مدیر، برگ برندهٔ او در بازی نوشتن می‌تواند باشد.

چیدمان کلمات در کنار هم و انتقال پیام درست به مخاطب در قالب جمله و پاراگراف، وقتی امکان‌پذیر است که در خدمت هدفی روشن قرار داشته باشد؛ یعنی وقتی موضوعی مشخص وجود داشته باشد که مانند ستاره‌ای قطبی راه نوشتن را برای نویسنده روشن کند، آن‌وقت نویسنده می‌تواند مناسب‌ترین کلمات را وام بگیرد و از گذر آن‌ها منظورش را بیان کند.

پس می‌بینیم که در جاده‌ای دوطرفه باید فعالیت کنیم. از موضوع به کلمه و از کلمه به موضوع برسیم تا درنهایت بتوانیم سازهٔ یک کتاب را به‌درستی بنا کنیم.

کلمه ⟷ موضوع

قبل از اینکه به سراغ انواع مدل‌های نوشتن برویم، مراحل کلی نوشتن کتاب را به شکل کلی بررسی کنیم.

مراحل کلی نوشتن کتاب:

برنامهٔ کلی نوشتن کتاب

موضوع کتابی را که می‌خواهید بنویسید، مشخص کنید

لازم نیست تمام موضوعات ریزودرشت کتاب برایتان کاملاً مشخص باشد اما باید به‌صورت شفاف بدانید که قرار است در کدام حوزه و دربارهٔ چه موضوعی بنویسید.

موضوع کتاب مشخص می‌کند که طی مراحل مختلف نوشتن کتاب، چه‌کارهایی باید انجام دهید. پس تا وقتی تصویری کلی از موضوع کتاب در ذهن نداشته باشید، عملاً نمی‌توانید شروع به نوشتن کنید.

قبل از هر چیز آزادنویسی را تمرین کنید

برای پی بردن به بهترین موضوع، فرصت کافی به خودتان بدهید و تمرین آزادنویسی کنید. بدون وقفه، بدون فکر، بدون پیش‌زمینهٔ قبلی، قلم را روی کاغذ بگذارید و شروع به نوشتن کنید. خودتان را به‌هیچ‌عنوان سانسور نکنید و هر آنچه در رابطه با موضوع کتاب به ذهنتان می‌رسد را روی کاغذ بیاورید.

برای آزادنویسی روزانه حداقل ۱۰۰۰ کلمه بنویسید. هر آنچه در رابطه با موضوع کتاب به ذهنتان می‌رسد را روی کاغذ بیاورید.

طوفان فکری تک نفره راه بیندازید

با توجه به موضوعی که می‌خواهید بنویسید، تلاش کنید تا هر کلمه، عبارت کلیدی یا هر محتوایی که احتمال می‌دهید برای نوشتن کتاب می‌تواند به دردتان بخورد را به‌صورت خلاصه عنوان کنید.

محتوایی که می‌توانید با روش طوفان فکری به آن فکر کنید می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

موضوعات مختلف کتاب، کلمه‌ها، ایده‌ها، قصه‌ها، عبارات، مفاهیم، پاراگراف‌ها، جداول، تصاویر، ساختار کتاب.

وقتی می‌نشینید تا دربارهٔ موضوعات مختلف فکر کنید، هر چیزی را که به ذهنتان می‌رسد روی کاغذ بیاورید. خودتان را سانسور نکنید و هر کلمهٔ مرتبط یا عبارتی که با تجربه یا مطالعه به آن رسیده‌اید را بنویسید.

روند کار را به شکل تصویر کلی ببینید

روند کلی نوشتن شامل آماده‌سازی، تحقیق، سامان‌دهی، نوشتن و بازنگری کتاب است. با توجه به تجربیات و مهارت‌هایی که از خودتان سراغ دارید به مراحل مختلف فکر کنید و ببینید برای انجام هر مرحله به چه زمانی نیاز دارید؟

کدام مرحله برایتان سخت‌تر است؟ فکر می‌کنید بیشترین انرژی را باید صرف کدام مرحله کنید؟ بزرگ‌ترین نقطه قوت و ضعف‌های شما در کدام مرحله است؟

با تجربیاتی که دارید یک طرح کلی برای هر قسمت بنویسید و از فعالیت‌هایی که می‌توانید برای هر یک از این مراحل انجام دهید تا حد امکان شفاف و روشن بنویسید.

آمادهٔ نوشتن کتاب شوید

آمادگی برای نوشتن یعنی تعیین هدف، مخاطب و مشخص کردن ساختار کتاب.

قرار است در هر مرحله یک‌قدم به شفاف شدن کتاب نزدیک‌تر شوید.

از این نظر این مرحله بسیار مهم است.

درواقع در این مرحله به این سؤال پاسخ می‌دهید که «چه چیزی در این کتاب برای من وجود دارد؟»

پاسخ این سؤال مشخص می‌کند که هدف شما از نوشتن کتاب چیست و نهایتاً به این موضوع خواهید رسید که با نوشتن این کتاب چه ارزشی برای مخاطبان شما به وجود خواهد آمد.

در این مرحله به ارزیابی مخاطبان، طراحی ساختار محتوایی کتاب و پیدا کردن نگرش کلی کتاب بپردازید.

تحقیق را آغاز کنید

منابع مناسبی را که می‌توانند شما را در نوشتن کتاب کمک کنند پیدا کنید. وب‌سایت‌ها، کتاب‌ها، افراد مطرح و مرتبط، یادداشت‌های گذشتهٔ خودتان می‌تواند نمونه‌های خوبی از این منابع باشد.

با دقت هرچه‌تمام‌تر به سراغ این منابع بروید و یادداشت‌برداری کنید. مستندسازی کنید. مصاحبه‌های منظم راه بیندازید. ممکن است لازم باشد به‌جایی سفر کنید و اطلاعات را از فضایی متفاوت جمع‌آوری کنید.

ارزشمندترین اطلاعاتی که در محتوای کتاب جای می‌گیرد از این مرحله زاده می‌شود.

نتایج تحقیق را پیاده‌سازی کنید

موضوعات مختلف کتاب، کلمه‌ها، ایده‌ها، قصه‌ها، عبارات، مفاهیم، پاراگراف‌ها، جداول، تصاویر، ساختار کتاب، مواردی هستند که می‌توانند از نتیجهٔ تحقیقات انجام‌شده به دست آیند.

اگر برای هر یک از این قسمت‌ها به مشکل برخورد کنید امکان دارد ریشهٔ آن را در تحقیق نکردن مناسب پیدا کنید.

اطلاعات به‌دست‌آمده را به‌صورت مرتب و منسجم گردآوری کنید. وارد جزئیات شوید و هر یک از موارد ذکرشده در بالا را به‌صورت موشکافانه تجزیه‌وتحلیل کنید.

اطلاعات را به شکل جداگانه بسط دهید

در این مرحله سعی کنید به دنبال روند منطقی بین مفاهیم کتاب هم باشید.

هر کلمهٔ کلیدی را در وسط صفحه بنویسید و شروع به خوشه‌بندی کنید.

موضوعات و در کل هر نوع محتوای مرتبط به این کلمه را در اطراف آن بنویسید و ارتباط منطقی بین عناصر مختلف کتاب پیدا کنید.

تلاش کند تا تصویر کلی کتاب را به شکل درخت‌های محتوایی در صفحات جداگانه ترسیم کنید. از هر کلمه و هر موضوع اصلی به زیرشاخه‌های مفهومی دیگر برسید و نمای کلی کتاب را به این وسیله شکل دهید.

فصل‌بندی را آغاز کنید

در این مرحله دیگر می‌دانید که موضوعات اصلی چه چیزهایی هستند و چه عناوینی را می‌توانید به‌عنوان موضوعات فرعی و سرتیتر یا محتوای جزئی‌تر هر تیتر قرار بدهید.

عنوان فصل‌ها، عناوین فرعی و سر تیترها را در هر صفحه به شکل جداگانه بنویسید و آن‌ها را این‌قدر تجزیه کنید که به کلیهٔ محتوایی که می‌خواهید درباره‌شان بنویسید تقسیم شوند.
شروع به نوشتن کنید
حالا سرفصل‌ها را دارید. سرتیترها را دارید. تحقیقات لازم را انجام داده‌اید و داده‌ها و اطلاعاتی را برای نوشتن کتاب در اختیار دارید. شروع به نوشتن کنید و فراموش نکنید که باز هم در حال آزاد نویسی هستید. بدون سانسور کردن افکارتان و راحت و بی‌پروا بنویسید.
ویرایش کنید
آخرین مرحلهٔ نوشتن ویرایش کردن است. بهتر است به ویرایش کردن به‌عنوان تنهاترین مرحلهٔ نوشتن فکر کنید. وسوسه نشوید هم‌زمان با نوشتن به سراغ ویرایش کردن بروید چون ممکن است همین کار برای همیشه کتاب شما را به مرگ و نابودی برساند. اصلاحات نگارشی، دستورزبانی، املایی، ساختاری، مفهومی و هر نوع اشتباهی که در مراحل مختلف نوشتن کتاب به آن برمی‌خورید را به قسمت نهایی موکول و با رسیدن به این مرحله، شروع به بازنویسی کنید.

نوشتن کتاب به‌عنوان یک پروژه:

قبل از هر چیز با مهم‌ترین مواد موردنیاز برای نوشتن کتاب آشنا شویم:

ایده

هدف

زمان

دانش

داستان

اطلاعات

انرژی خوب

جزئیات محتوایی

مهارت نویسندگی

مهارت مطالعه کردن

مهارت جمع‌آوری و دسته‌بندی اطلاعات

بهتر است برای شفاف شدن موضوع نوشتن کتاب، چند دقیقه وقت بگذاریم و صادقانه به این سؤالات جواب بدهیم. این سؤالات برای شفاف‌سازی ابتدایی ذهن می‌توانند بسیار مفید باشند:

- چه ایده‌ای در ذهن دارم که فکر می‌کنم ارزش تبدیل‌شدن به یک کتاب را داشته باشد؟
- برای نوشتن کتاب چقدر زمان در اختیار دارم؟ چقدر زمان در طول روز، هفته و ماه؟
- در زمینهٔ مورد نظرم چقدر اطلاعات دارم؟
- این اطلاعات تا چه اندازه موثق و به روز است؟
- برای کسب اطلاعات جدیدتر و مفیدتر به چه منابعی می‌توانم رجوع کنم؟
- با نوشتن این کتاب چه هدفی را دنبال می‌کنم؟
- آیا این هدفم را می‌توانم طوری اصلاح کنم که در راستای ارزش‌آفرینی برای دیگران هم باشد؟
- چه داستان‌های خوب و مرتبطی در ذهن دارم که می‌توانم از آن‌ها برای نوشتن کتاب استفاده کنم؟
- آیا انرژی خوبی را برای نوشتن کتاب احساس می‌کنم؟
- با چه تغییراتی در برنامه و هدف‌گذاری‌ام از نوشتن کتاب می‌توانم انرژی بهتر و بیشتری را به خودم تزریق کنم؟
- در مورد جزئیات محتوایی که می‌خواهم بنویسم چقدر اطلاعات دارم؟
- چقدر به موضوعات مختلفی که قرار است در طول کتاب مطرح کنم اشراف دارم؟
- تا چه اندازه به قوانین نوشتن آشنایی دارم؟
- در راستای بهتر شدن این مهارت چه‌کارهایی می‌توانم انجام دهم؟

- چطور می‌توانم با مطالعهٔ آثار نویسندگان بزرگ مهارت‌های بیشتری برای نوشتن کسب کنم؟
- آیا به نحوهٔ جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز برای نوشتن کتاب فکر کرده‌ام؟
- آیا وب‌سایت‌هایی که می‌تواند مرا در راستای محتوای کتاب کمک کند را می‌شناسم؟
- آیا با ساختار محتوایی که در کتاب‌های خوب استفاده شده است آشنایی دارم؟

هنر یک نویسندهٔ حرفه‌ای علاوه بر نوشتن، پرسیدن سؤالات مناسب از خودش است.

چنین نویسنده‌ای احتمالاً جواب‌های مناسب‌تری برای سؤالات مهمی که در ذهن خوانندگانش نقش می‌بندد، پیدا خواهد کرد.

هرکدام از این سؤالات بخشی از ذهن شما را درگیر می‌کند تا در موقع مناسب پاسخ‌های مناسبی برای آن‌ها پیدا کنید. به‌عنوان‌مثال وقتی از خودتان سؤال می‌کنید «چطور می‌توانم با مطالعهٔ آثار نویسندگان بزرگ مهارت‌های بیشتری برای نوشتن کسب کنم؟» وقتی شروع به خواندن کتابی جدید می‌کنید با نگرش یک نویسنده آن را می‌خوانید و ناخودآگاه بر روی ساختار کتاب و نحوهٔ شکل‌گیری محتوای آن دقیق‌تر می‌شوید.

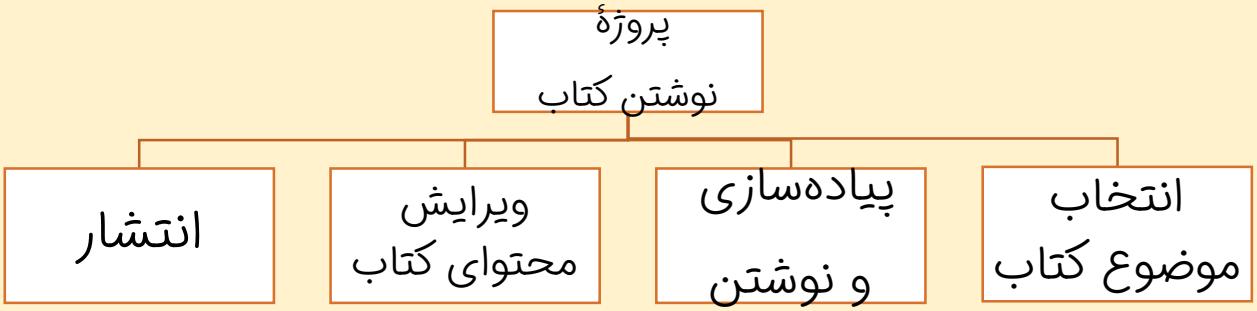
یا وقتی به سؤال «چه داستان‌های خوب و مرتبطی در ذهن دارم که می‌توانم از آن‌ها برای نوشتن کتاب استفاده کنم؟» فکر می‌کنید، ناخودآگاه هرروز چشم و گوشتان را تیزتر می‌کنید تا داستان‌ها و سوژه‌های جذاب‌تری را برای نوشتن کتاب پیدا کنید.

در کل، وقتی به نوشتن کتاب به‌عنوان یک پروژه نگاه می‌کنید، باید از شکستن موضوع کلی کتاب به واحدهای سازنده‌اش استفاده کنید تا قادر به نوشتن باشید. در واقع شکستن ایده را باید تجربه کنید تا قادر به ساختن آن باشید.

مثالی از شکستن قسمت‌های مختلف پروژه:

در اینجا مدلی ارائه می‌دهیم که نمای کلی پروژهٔ نوشتن کتاب را در ذهنتان ترسیم کند.

می‌توانید از این قسمت به‌عنوان نمونه‌ای برای طراحی پروژهٔ کتاب خود استفاده کنید.



پروژهٔ نوشتن کتاب
انتخاب موضوع کتاب
پیاده سازی و نوشتن
ویرایش محتوای کتاب
انتشار
تحقیق دربارهٔ کتاب
جمع آوری اطلاعات محتوایی
مطالعهٔ حداقل ۵ کتاب مرتبط
بررسی موضوعات جدید و مرتبط در فضای دیجیتال
برنامه‌ریزی برای نوشتن پروژهٔ نوشتن
اجرا و تولید محتوای کتاب
کنترل و ویرایش نهایی کتاب
دوباره خوانی و اصلاح کتاب
انتخاب متخصص و مشاور برای نظر دهی دربارهٔ کتاب
ارسال یک نسخه از کتاب برای متخصص مربوطه
تنظیم جدول مقایسه‌ای برای انتشار
انتخاب ۵ رسانهٔ برتر
عقد قرارداد یا اقدام برای انتشار در فضای دیجیتال

نوشتن عنوان کتاب

انتخاب عنوان برای کتاب:

وقتی کتابی را این‌قدر کوچک می‌کنیم تا چکیده و عصارهٔ آن را در یک تا چند کلمهٔ مختصر نشان دهیم، به «عنوان» کتاب می‌رسیم.

عنوان کتاب می‌تواند روی میزان فروش آن تأثیر بگذارد. همین‌طور می‌تواند روی برداشت ابتدایی خواننده، ناشر و حتی برداشت خودِ نویسنده تأثیرگذار باشد.

عنوان کتاب، کلمه یا تعدادی کلمهٔ محدود است که به نمایندگی از محتوای کتاب، وظیفهٔ معرفی محتوای کلی کار را به عهده دارد.

پیدا کردن عنوان مناسب برای کتاب کاری پرزحمت است که نیاز به تجربه، مهارت و شناخت کافی از بازار و مخاطب دارد؛ اما عنوان خوب را چه موقع باید انتخاب کرد؟

آیا لازم است از همان ابتدای نوشتن کتاب در فکر پیدا کردن عنوانی مناسب برای آن باشیم؟ یا لازم است ابتدا عنوانی برای کتاب را مشخص کنیم و بعد شروع به نوشتن کنیم؟

پیدا کردن عنوان مناسب برای کتاب کاری زمان‌بر است و اگر قرار باشد شروعِ نوشتن را به پیدا کردن اسم مناسب برای کتاب منوط کنید، احتمالاً هیچ‌وقت نمی‌توانید کتابتان را بنویسید.

چیزی که در قدم اول نیاز دارید، داشتن ذهنیت کلی دربارهٔ محتوای کتاب است. پس بهتر است با خودتان فکر کنید که مهم‌ترین پیامی که این کتاب قرار است در خود جای دهد چیست؟

با این فکر، می‌توانید یک عنوان دست‌وپاشکسته و البته مرتبط با هدف کتاب را بنویسید و استارت نوشتن را بزنید.

در طول مدت‌زمانی که مشغول نوشتن هستید می‌توانید بارها به این عنوان برگردید و آن را اصلاح کنید؛ اما برای شروع کار همین کافی است که با توجه به هدف کتاب و مهم‌ترین پیامی که در ذهن دارید، کلیتی از عنوان را هم در ذهن خود شکل دهید. باقی کار را می تاونید به‌مرورزمان تکمیل کنید.

چک‌لیست برای پیدا کردن عنوان مناسب:

- آیا عنوان کتاب به حد کافی کوتاه و موجز هست؟
- آیا پیام اصلی کتاب را نشان می‌دهد؟
- آیا وسوسه‌انگیز هست؟
- آیا این عنوان با ادبیات غالب جامعه همخوانی دارد؟
- آیا شفاف و مشخص است و مخاطب عام آن را می‌فهمد؟
- آیا مرتبط با محتوای اصلی کتاب هست؟
- آیا زیاد از حد احساساتی یا منطقی نیست؟
- آیا برای پیدا کردن این عنوان زمان و انرژی کافی صرف شده است؟
- در قیاس با عناوین کتاب‌های مشابه می‌تواند برگ برنده‌ای داشته باشد؟
- چه تمایزی با دیگر عناوین کتاب‌های موجود در بازار دارد؟
- مخاطب برای چه چیزی باید مجذوب این عنوان شود و کتاب را به‌واسطهٔ آن بخرد؟

- اگر خودم اِین عنوان را در کتاب‌فروشی ببینم آیا تحریک می‌شوم کتاب را بردارم و ورق بزنم؟
- آیا اِین عنوان به حد کافی سؤال‌برانگیز، هیجان برانگیز یا متفاوت هست؟

ممکن است پاسخ شما به بعضی از موارد مطرح‌شده در چک‌لیست منفی باشد؛ اما چک کردن اِین موارد به شما ذهنیت خوبی برای پیدا کردن عنوان مناسب می‌دهد.

اِین سؤالات جرقهٔ پیدا کردن بهترین عناوین را برای کتاب در ذهنتان روشن خواهد کرد. پس با وجود داشتن جواب منفی به بعضی از سؤالات، همچنان با دقت اِین چک‌لیست را ازنظر بگذرانید.

روش‌های نوشتن

روش‌های مختلفی برای انجام پروژهٔ نوشتن کتاب

اساس همهٔ روش‌های زیر این است که ابتدا موضوع کتاب را برای خودتان مشخص کرده باشید، تحقیقات لازم را در مورد موضوع انجام داده باشید و با به‌کارگیری این روش‌ها، این اطلاعات را به شکل ساختاریافته پیاده کنید.

در اینجا به مهم‌ترین روش برای نوشتن اصولی کتاب اشاره می‌کنم یعنی نوشتن کتاب با روش پاراگراف نویسی

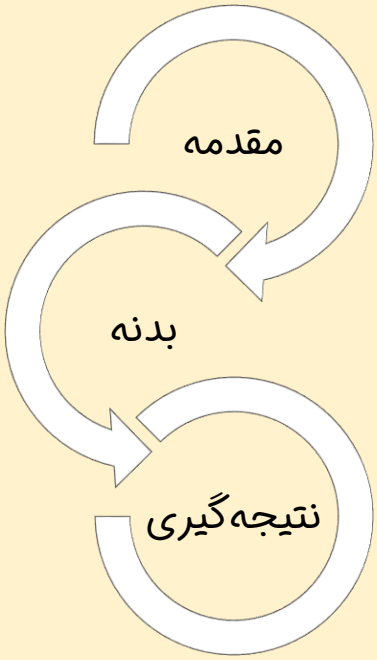
پاراگراف‌نویسی

رضا بابایی معتقد است که نویسندهٔ خوب کسی است که پاراگراف‌های خوب می‌نویسد.

درواقع پاراگراف نویسی، مهم‌ترین بخشی است که یک نویسنده باید بر آن مسلط باشد تا بتواند ادعا کند مطلبی ساختاریافته، اصولی و درست نوشته است؛ یعنی اگر قرار باشد کیفیت یک کتاب نوشته‌شده بررسی شود، باید کیفیت پاراگراف‌های مختلف آن بررسی شود.

حالا ببینیم پاراگراف‌نویسی به چه شکل انجام می‌شود و چطور می‌توانیم با استفاده از این روش، کتاب خود را بنویسیم.

ساده‌ترین شکل تفکیک محتوای نوشتاری این است که آن را به سه بخش تقسیم می‌کنند:



باوجود سادگی این موضوع، همچنان می‌بینم که بسیاری از مطالب منتشرشده که جذابیت کافی را ندارند و خواننده را دچار سردرمی می‌کنند، دارای ضعف در یکی از این بخش‌ها هستند.

مقدمه، یک مدخل ورودی به بحث است. هراندازه هم کوتاه به‌هرحال برای اینکه همراهی بهتر مخاطب با متن امکان‌پذیر شود، لازم است یک ورودی تحت عنوان مقدمه برای موضوع در نظر گرفته شود.

بدنهٔ متن جایی است که چندوچون محتوا در آن بررسی می‌شود و پیام اصلی در آن گنجانده می‌شود.

درنهایت **نتیجه‌گیری** را داریم و نویسنده با بیان نتیجه‌ای هرچند کوتاه از محتوای تولیدشده، دایرهٔ محتوایی را می‌بندد و به مطلب منتشرشده سامان می‌دهد.

جدای از این بحث، ما در هرکدام از بخش‌های مقدمه، بدنه و نتیجه‌گیری، پاراگراف‌ها را داریم.

هر پاراگراف از سه بخش اصلی تشکیل شده است:

یک پاراگراف خوب، پاراگرافی است که به یک موضوع شفاف و مشخص می‌پردازد. این موضوع در هرجایی از پاراگراف می‌تواند عنوان شود اما به‌طورمعمول، جملهٔ موضوع در ابتدای پاراگراف عنوان می‌شود و بعد به توضیح آن پرداخته می‌شود.

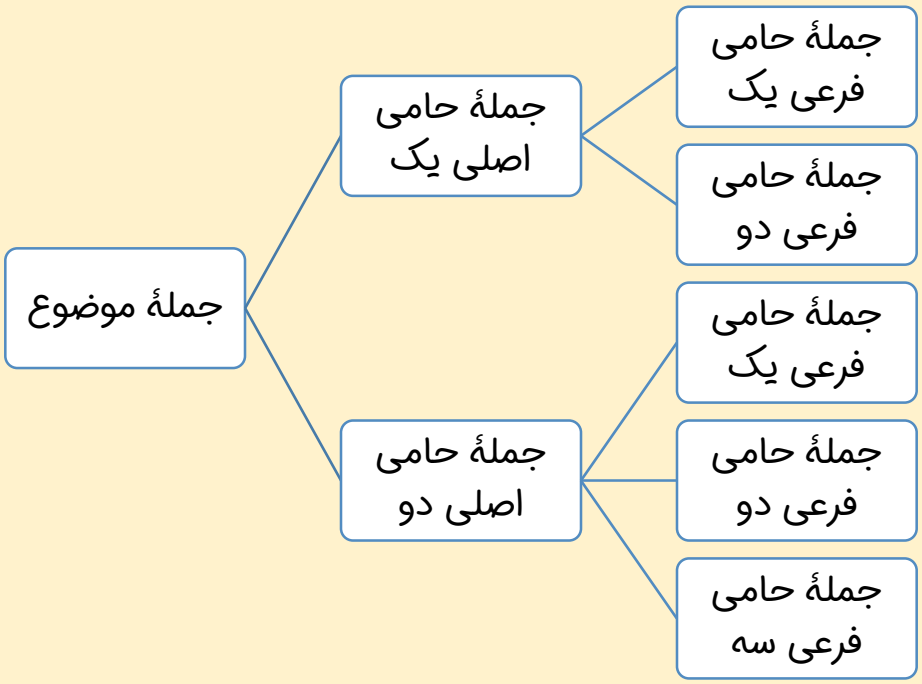
هر جملهٔ موضوع خوب، باید به یک ادعا بپردازد یا چالشی را مطرح کند. چالشی که در جملهٔ موضوع به آن پرداخته می‌شود، فکر مرکزی نام‌گذاری می‌شود.

جمله‌هایی که بعد از موضوع اصلی می‌آیند و فکر مرکزی را توضیح می‌دهند، جملات حامی نامیده می‌شوند. جملهٔ پشتیبان می‌تواند یک یا چند جمله باشد. به‌این‌ترتیب، می‌توانیم جمله‌های پشتیبان را بازهم به این صورت تفکیکی کنیم:

- جمله‌های حامی اصلی
- جمله‌های حامی فرعی

جملهٔ حامی اصلی، جمله‌ای است که فکر مرکزی را توضیح می‌دهد.

جمله‌های حامی فرعی هم به حمایت ازجملهٔ حامی اصلی عنوان می‌شوند و این جمله‌های حامی اصلی را توضیح می‌دهند. یک پاراگراف می‌تواند چند جملهٔ حامی اصلی و یا چند جملهٔ حامی فرعی داشته باشد.



عموماً پاراگراف‌ها یک جملهٔ موضوع، یک تا سه جملهٔ حامی و یک جملهٔ نتیجه‌گیری دارند. با توجه به اینکه یک پاراگراف می‌تواند بین ۶۰ تا ۱۲۰ کلمه باشد و در یک صفحه هم می‌توانیم ۲ تا ۵ پاراگراف داشته باشیم، تعداد و حجم هر جمله می‌تواند متغیر باشد.

درنهایت جملهٔ نتیجه‌گیری را داریم که درواقع برای بیان مجدد فکر مرکزی با ساختاری متفاوت عنوان می‌شود. البته برای پاراگراف‌های کوتاه نیازی به نتیجه‌گیری وجود ندارد اما وجود یک جملهٔ کوتاه نتیجه‌گیری در پاراگراف می‌تواند باعث انسجام بهتر مطالب در ذهن مخاطب شود.

مثال اول:

این پاراگراف از **چارلز هندی** را از کتاب «خودم و مسائل مهم‌تر» بررسی کنیم:

«زمانی در بریتانیا سه شغل بود که احتیاج به تائید صلاحیت نداشت و هیچ مدرسه یا آموزشگاهی نیز آن شغل‌ها را آموزش نمی‌داد: سیاستمدار، پدر یا مادر و مدیر. بدبختانه این سه شغل از شغل‌های دیگر مهم‌تر بود؛ بخصوص مدیریت کاری بود که حس می‌شد هرکسی در صورت لزوم می‌توانست آن را انجام دهد. تااندازه‌ای مدیریت هم کاری بود که افراد فهیم به‌وقت نیاز می‌دانستند چطور باید آن را انجام دهند.»

جملهٔ موضوع: زمانی در بریتانیا سه شغل بود که احتیاج به تائید صلاحیت نداشت و هیچ مدرسه یا آموزشگاهی نیز آن شغل‌ها را آموزش نمی‌داد: سیاستمدار، پدر یا مادر و مدیر.

فکر مرکزی: نبود امکان یادگیری و آموزش برای سه شغل سیاستمدار، پدر یا مادر و مدیر.

جملهٔ حامی اصلی: بدبختانه این سه شغل از شغل‌های دیگر مهم‌تر بود؛ بخصوص مدیریت کاری بود که حس می‌شد هرکسی در صورت لزوم می‌توانست آن را انجام دهد.

جملهٔ حامی فرعی: تااندازه‌ای مدیریت هم کاری بود که افراد فهیم به‌وقت نیاز می‌دانستند چطور باید آن را انجام دهند.

پس همان‌طور که می‌بینیم جملهٔ حامی برای توضیح دادن جملهٔ اصلی می‌آید و برای توضیح همین جملهٔ پشتیبان، از جملهٔ حامی فرعی استفاده می‌شود.

مثال دوم: این پاراگراف از آناتول برویارد را هم بررسی کنیم:

«پنجاه سال قبل وضعیت به گونهٔ دیگری بود و انگار نمی‌دانستیم مرز میان ما و کتاب‌ها کجاست. کتاب‌ها آب‌وهوای ما بودند، محیط‌زیست ما بودند، پوشش و پوشاک ما بودند. ما فقط کتاب‌ها را نمی‌خواندیم بلکه به آن‌ها تبدیل می‌شدیم. ما کتاب‌ها را به درونمان می‌بردیم و آن‌ها را به سرگذشت خودمان تبدیل می‌کردیم. این درونی کردن باعث می‌شد کتاب‌ها متعادلمان کنند. آن‌ها آراممان می‌کردند و به ما وزن می‌دادند.»

جملهٔ موضوع: پنجاه سال قبل وضعیت به گونهٔ دیگری بود و انگار نمی‌دانستیم مرز میان ما و کتاب‌ها کجاست.

فکر مرکزی: بی‌مرز بودن بین خواننده و کتاب در گذشته.

جملهٔ حامی اصلی اول: کتاب‌ها آب‌وهوای ما بودند، محیط‌زیست ما بودند، پوشش و پوشاک ما بودند.

جملهٔ حامی اصلی دوم: ما فقط کتاب‌ها را نمی‌خواندیم بلکه به آن‌ها تبدیل می‌شدیم.

جملهٔ حامی فرعی اول: ما کتاب‌ها را به درونمان می‌بردیم و آن‌ها را به سرگذشت خودمان تبدیل می‌کردیم.

جملهٔ حامی فرعی دوم: این درونی کردن باعث می‌شد کتاب‌ها متعادلمان کنند.

جملهٔ حامی فرعی سوم: آن‌ها آراممان می‌کردند و به ما وزن می‌دادند.

خب حالا ببینیم برای اینکه یک کتاب را بر پایهٔ نوشتن پاراگراف‌های مختلف بنا کنیم، باید چه مراحلی را طی کنیم.

- ابتدا موضوع اصلی کتاب را مشخص می‌کنیم.
- موضوع هر فصل را مشخص می‌کنیم.
- برای هر فصل چند سرتیتر در نظر می‌گیریم تا موضوع موردنظر را بازکنیم.
- کار پاراگراف نویسی اینجا شروع می‌شود. حالا برای هر سرتیتر باید پاراگراف‌های مختلف بنویسیم.
- جملهٔ موضوع هر پاراگراف را مشخص می‌کنیم؛ یعنی مشخص می‌کنیم که برای توضیح دادن سرتیتر مربوطه، باید به چه موضوعاتی بپردازیم.
- حالا فقط کافی است هر موضوع را در یک یا چند پاراگراف توضیح بدهیم.
- اما مهم‌ترین مرحله در اینجا، نحوهٔ توضیح دادن پاراگراف‌ها است؛ یعنی اینکه ببینیم جملهٔ حامی را با چه شیوه‌ای بنویسیم.

پس در اینجا به‌طور مفصل به انواع روش‌هایی که می‌توانیم جملهٔ حامی را بنویسیم، می‌پردازیم:

روش‌های نوشتن جملهٔ حامی

نگارش توصیفی برای نوشتن جملهٔ حامی:

وقتی می‌خواهیم موضوعی را وصف کنیم از دو راه استفاده می‌کنیم:

۱. توصیف عینی
۲. توصیف ذهنی

توصیف عینی یعنی مثل یک ناظر رفتار کنیم و آنچه می‌بینیم را بنویسیم بدون اینکه نظر شخصی خود را وارد متن کنیم.

اما توصیف ذهنی یعنی موضوع را از دید شخصی خودمان بنویسیم. چنین توصیفی می‌تواند به همراه احساسات فردی باشد.

برای توصیف کردن یک پدیده، یک موقعیت و در کل توصیف کردن پیامی که قصد انتقالش را داریم می‌توانیم:

- از ویژگی‌های فیزیکی و شیمیایی موضوع موردنظر حرف بزنیم،
- از ارتباط موضوع با دیگر موضوعات مرتبط یا حتی غیر مرتبط با آن حرف بزنیم،
- موضوع را بشکافیم و اجزای سازندهٔ آن را بررسی کنیم.
- فرآیند شکل‌گیری موضوع و دستورالعمل‌های مربوط به آن.

نوشتن جملهٔ حامی با استفاده از مثال:

با استفاده از داستان‌گویی می‌توانیم موضوع موردنظر را توضیح دهیم.

می‌توانیم از انواع مثال‌های تک‌کلمه‌ای یا تک‌جمله‌ای استفاده کنیم.

همین‌طور می‌توانیم مثالی مبسوط و گسترده بیاوریم و این مثال را در کل پاراگراف تشریح کنیم.

نوشتن جملهٔ حامی با استفاده از استدلال:

از دو روش می‌توانیم برای توضیح موضوع موردنظر دلیل بیاوریم:

- استدلال استقرایی
- استدلال قیاسی

می‌توانیم موضوع اثبات نشده را به شیوهٔ قدم‌به‌قدم تشریح کنیم. با هر عبارت، یک گام به شفاف شدن موضوع نزدیک‌تر شویم.

از طرفی می‌توانیم از قیاس استفاده کنیم و موضوعی را که پیش‌ازاین شفاف شده است اما می‌خواهیم آن را دقیق‌تر توضیح دهیم، با مواردی شفاف‌تر و ملموس‌تر قیاس کنیم.

نوشتن جملهٔ حامی با استفاده از تعریف کردن موضوع:

برای تعریف موضوع مرود نظر می‌توانیم از فرهنگ لغت استفاده کنیم.

می‌توانیم گروه یا طبقه‌ای که موضوع در آن قرارگرفته است را بررسی کنیم.

می‌توانیم با استفاده از کلمات مترادف و متضاد موضوع را توضیح دهیم.

نوشتن جملهٔ حامی با استفاده از قیاس:

قیاس کردن یکی از بهترین و البته جذاب‌ترین روش‌های نوشتن است.

برای قیاس کردن می‌توانیم از انواع آرایه‌های ادبی مانند استعاره، تشبیه و تمثیل استفاده کنیم.

می‌توانیم شباهت‌ها و تفاوت‌های موضوع را با انواع موضوعات دیگر که برای خواننده روشن‌تر هستند، بیان کنیم و از طریق این مقایسه، موضوع موردنظر را به‌صورت شفاف بیان کنیم.

روش فصل‌های تفکیک‌شده

روش فصل‌های تفکیک‌شده، روشی دیگر برای نوشتن است. این روش به شما کمک می‌کند تا در مدت‌زمان کم، حجم زیادی از اطلاعات را به شکل منظم تولید کند. در این روش می‌توانید به این ترتیب عمل کنید:

۱. ابتدا موضوع اصلی کتاب را مشخص کنید.

۲. قرار است موضوع اصلی را در قالب فصل‌های مختلف کتاب توضیح دهید. پس باید موضوعات فرعی را مشخص کنید. این موضوعات عناوین فصل‌های مختلف کتاب هستند.

سعی کنید در ابتدای کار زیاد در قیدوبند تعداد فصل‌ها نمانید. تعداد مشخص فصل‌ها را می‌توانید به‌مرورزمان تغییر دهید و با توجه به روندی که برای توضیح مطالب در پیش می‌گیرید، زیاد و کم کنید. در ابتدای کار می‌توانید ۵ تا ۱۰ فصل مشخص کنید.

۳. به تعداد سرفصل‌ها، فایل word باز کنید و عنوان هر فصل را بالای هر فایل بنویسید؛ مثلاً اگر تعداد فصل‌های ابتدایی را ۱۰ فصل در نظر گرفته‌اید، ۱۰ فایل word بازکنید و همه را یکجا ذخیره کنید.

این کار باعث می‌شود وقتی ایده‌ای متناسب با هر فصل به ذهنتان می‌رسد، به‌صورت تفکیک‌شده آن را یادداشت کنید. همین‌طور باعث می‌شود نوشتن حجم زیاد اطلاعات کتاب به شکل منظم و ساختاریافته ساده‌تر شود.

۴. به‌مرورزمان روی فصل‌های مختلف کار کنید؛ مثلاً برای هرروز یا هر هفته یا حتی هرماه، یکی از فصل‌های کتاب را در نظر بگیرید، فایل مربوطه را باز کنید و آنچه در ذهن دارید را در آن یادداشت کنید. ضمن اینکه ایده‌های مربوط به فصل‌های دیگر را هم لازم نیست سانسور کنید و به‌راحتی می‌توانید فایل مربوط به آن فصل را بازکنید و ایده‌ها را یادداشت کنید.

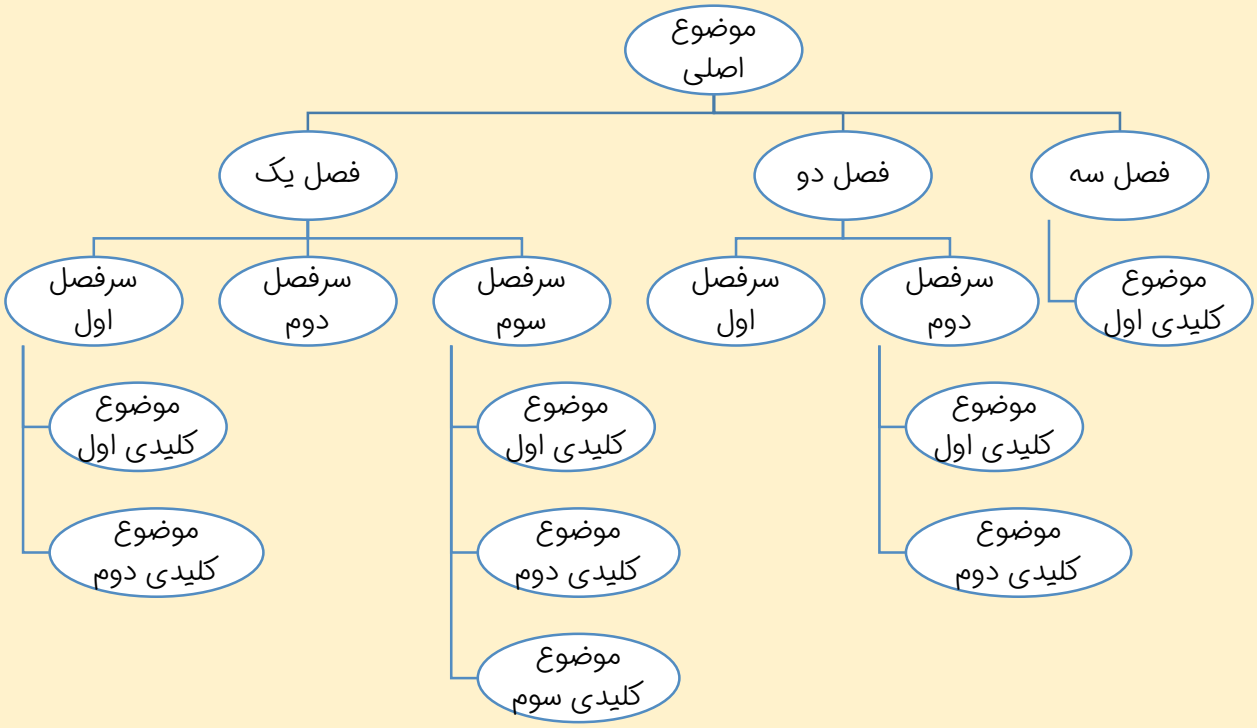
۵. برای کار کردن بهتر روی فصل‌های مختلف، بهتر است برای هر فصل، چند زیر عنوان یادداشت کنید.

یعنی عنوان فصل را بازهم به واحدهای سازنده‌اش تقسیم کنید و ببینید موضوع مربوطه را با چه عناوین دیگری می‌توانید توضیح دهید.

۶. برای هر زیر فصل، بازهم می‌توانید زیرفصل‌های بیشتر تعریف کنید. این کار مانند روش خوشه سازی است و با تفکیک یک موضوع کلی به موضوعات فرعی و خردتر، می‌توانید آن را در ذهنتان شفاف‌تر کنید.

۷. بعد از تکمیل محتوای فصل‌های مختلف، همهٔ فایل‌ها را یکجا ذخیره کنید و به ترتیبی منطقی آن‌ها را پشت سر هم بچینید.

۸. اگر می‌خواهید کتاب حاوی اطلاعات جانبی مثل عکس و جدول و نمودار باشد، این موارد را هم می‌توانید در فایلی جداگانه تهیه کنید و شمارهٔ فصل مربوطه را در کنار آن یادداشت کنید. بعد از چیده شدن فصل‌ها کنار هم اطلاعات تکمیلی را هم وارد کنید.


موضوع اصلی
فصل یک
فصل دو
فصل سه
سرفصل اول
سرفصل دوم
سرفصل سوم
سرفصل اول
سرفصل دوم
موضوع کلیدی اول
موضوع کلیدی دوم
موضوع کلیدی اول
موضوع کلیدی دوم
موضوع کلیدی سوم
موضوع کلیدی اول
موضوع کلیدی دوم
موضوع کلیدی اول

روش الف تا ی برای نوشتن

در این روش شما به شیوهٔ ترتیبی جلو می‌روید؛ یعنی موضوع اصلی کتاب را مشخص می‌کنید،

سرفصل‌های مختلف را نام‌گذاری می‌کنید،

سرفصل‌ها را به ترتیب منطقی می‌چینید،

از فصل ابتدایی شروع به نوشتن می‌کنید و تا انتهای کتاب پیش می‌روید.

اگر موضوعی که در ذهن دارید به‌اندازهٔ کافی ساختاریافته باشد و روی آن مسلط باشید، نوشتن با این شیوه برایتان ساده‌تر خواهد بود.

تفکیک موضوعات و چیدمان ثانویه و برقراری ارتباط منطقی بین مطالب کتاب را در قدم‌های بعدی حذف می‌کنید و با هر قدم که در نوشتن کتاب پیش می‌روید، به‌مرور این ارتباط را شکل می‌دهید.

البته در این شیوه ممکن است مطالب اصلی را بنویسید اما برای جذابیت بیشتر متن و همین‌طور برای تولید محتوای غنی‌تر، نیاز باشد بخش‌هایی را به بعد موکول کنید. بخش‌هایی که می‌توانیم تحت عنوان **رنگ‌آمیزی محتوا** از آن‌ها نام ببریم.

رنگ‌آمیزی محتوا با چه ابزارهایی انجام می‌شود؟

در اینجا نمونه‌ای از مواردی که کمک می‌کند تا محتوا از حالت خشک ابتدایی فاصله بگیرید و خواندنی‌تر و جذاب‌تر شود را عنوان می‌کنم:

- شروع کتاب با داستان‌های مهیج
- بیان داستان‌های مختلف در خلال مطالب کتاب
- استفاده از ضرب‌المثل و نقل‌قول
- استفاده از تصاویر
- جداول، نمودارها و آماری که به انتقال بهتر پیام کتاب کمک می‌کنند
- تمرین‌های آخر فصل
- پرداختن به محتوایی که تا پیش‌ازاین نامی از آن برده نشده است
- بیان نتایج جدیدترین تحقیقات انجام‌شده در ارتباط با موضوع موردنظر
- نام‌گذاری متفاوت مفاهیم و کلمه‌سازی‌های خلاقانه
- استفاده از افعال زنده و دارای حرکت
- تغییر زاویه دید، لحن و زبان کتاب درجایی که زیبانویسی و درست‌نویسی اقتضا می‌کند
- نقطه عطف متفاوت و خلاقانهٔ کتاب
- استفاده از آرایه‌های ادبی مانند تشبیه و استعاره‌های خلاقانه
- طراحی متفاوت بصری کتاب
- طراحی متفاوت ساختار و فصل‌بندی کتاب
- به هم زدن توالی موضوعات و چینش خلاقانهٔ آن‌ها

روش ی تا الف برای نوشتن

برخلاف روش ترتیبی، در اینجا شما می‌توانید بدون رعایت ترتیبی موضوعات، ایده‌های پراکنده‌ای را که به ذهنتان می‌رسد در قالب فصل‌های مختلف پیاده‌سازی کنید.

ممکن است برای شروع نوشتن، مهم‌ترین هدفی که در ذهن دارید و می‌خواهید محتوای کتاب را بر آن بنا کنید، یادداشت کنید؛ یعنی ممکن است بخواهید کتاب را از آخر به اول بنویسید.

یا از فصل‌های میانی شروع کنید و تصمیم بگیرید نوشتن از مقدمه، فصل‌های ابتدایی و توضیحات اولیه را به زمان‌های بعد موکول کنید.

این کار با آزاد نویسی و تداعی‌های آزاد همراه است و به شما این امکان را می‌دهد تا بدون اینکه دغدغهٔ ترتیب موضوعی داشته باشید، تداعی‌های آزادی که به ذهنتان می‌رسد را یادداشت کنید.

برای اینکه بتوانید در انتهای کار مطالب را به‌درستی در کنار هم بچینید بهتر است سرفصل‌ها را به‌صورت جداگانه درجایی یادداشت کنید تا بتوانید و نقشهٔ راه مشخصی بین آن‌ها برقرار کنید.

ببینید ترتیب پاراگراف‌ها، موضوعات و سرفصل‌های مختلف چگونه باید باشد تا خواننده سردرگم نشده و وحدت موضوعی حفظ شود.

پس در اینجا به دو موضوع اصلی توجه کنید:

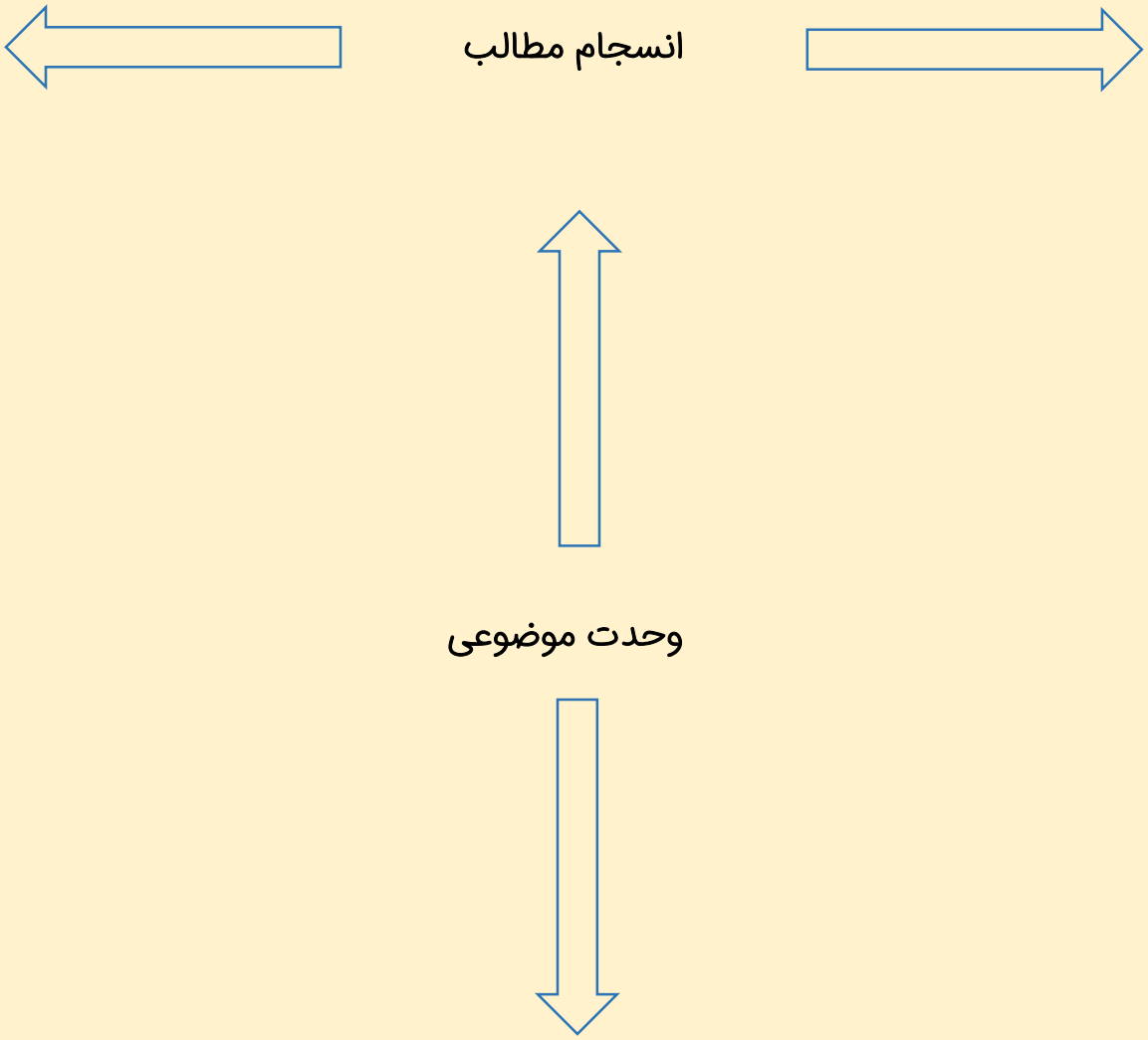
۱. وحدت موضوعی
۲. انسجام مطالب

وحدت موضوعی یعنی همهٔ موضوعات مختلف کتاب در راستای توضیح دادن عنوان کتاب باشند.

همین‌طور عناوین اصلی در هر فصل کتاب، در راستای موضوع آن فصل باشد.

درواقع وحدت موضوعی به ارتباط منطقی عمودی بین موضوعات مختلف می‌پردازد.

انسجام مطالب اما به ارتباط منطقی افقی بین مطالب مختلف مرتبط است؛ یعنی ببینید آیا مطلبی که نوشته‌اید، در راستای توضیح مطلب چند خط قبل خود هست یا نه؟



ابتدا گفتن و بعد نوشتن

بسیاری از نویسنده‌های بزرگ تاریخ، مهم‌ترین اثرشان را از طریق گفتن، نوشته‌اند.

مثلاً گفته می‌شود ایزایا برلین هرگز خودش برای نوشتن اقدام نکرده بلکه اندیشه‌هایش را دیکته می‌کرده و دیگران برایش می‌نوشتند. یا چرچیل که منشی مخصوص داشته تا حرف‌هایش را بنویسد و به‌صورت اثر مکتوب درآورد.

برای کسانی که با تعریف کردن موضوعات مختلف راحت هستند، گفتن مطالب کتاب و بعد پیاده‌سازی آن در قالب متن، روش مناسبی است.

مهم‌ترین مزیت این روش، غلبه بر اهمال‌کاری و ترس از نوشتن است. وقتی شروع به گفتن موضوع می‌کنیم، درواقع نوشتن کتاب را آغاز کرده‌ایم بدون اینکه درگیر قواعد دست‌وپا گیر شویم.

مزیت بزرگ گفتن و بعد نوشتن این است که ابعاد موضوع برای خود شما شفاف می‌شود. وقتی شروع به توضیح دادن موضوعی می‌کنید بدون درگیر شدن با ساختار و قواعد ادبی، فقط بر محتوایی که در ذهن دارید تمرکز می‌کنید. این کار باعث می‌شود شفاف‌تر حرف بزنید و موضوع را عمیق‌تر بشکافید. با یادگیری قواعد نوشتن، می‌توانید این گفته‌های ضبط‌شده را به‌سادگی پیاده کنید.

از چه ابزارهایی برای نوشتن استفاده کنیم؟

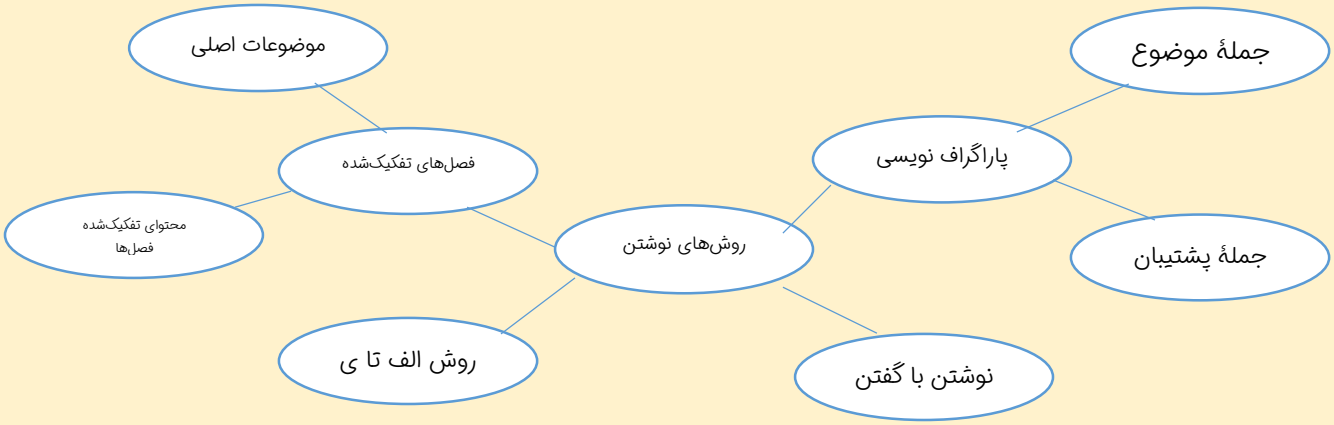
روش خوشه‌بندی

می‌خواهیم از روش خوشه‌بندی استفاده کنیم. برای اینکه تصویر این روش در ذهنتان روشن‌تر شود، تصور کنید سنگی را در برکه‌ای می‌اندازید. در سطح برکه موج‌های مختلفی تشکیل می‌شود که به ترتیب بزرگ‌تر می‌شوند. روش خوشه‌بندی هم مانند انداختن ایدهٔ اولیه روی کاغذ و بعد تشکیل دایره‌های مختلفی است از تداعی‌هایی که در ذهن ایجاد می‌شود و به‌مرور بزرگ‌تر می‌شود.

گابریل ریکو در کتاب نوشتن خلاق روش خوشه‌بندی را به‌عنوان یکی از ابزارهای نوشتن خلاق آموزش می‌دهد. برای نوشتن به این شیوه لازم است مراحل زیر را طی کنید:

۱. ابتدا موضوع اصلی را وسط یک کاغذ بزرگ بنویسید و دور آن را یک دایره بکشید.
۲. هر موضوعی را که مرتبط با این موضوع اصلی به ذهنتان می‌رسد، در دایره‌هایی اطراف این موضوع بنویسید و با خط به دایرهٔ مرکزی وصل کنید. این دوایر ثانویه موضوعات فرعی هستند.
۳. حالا هرکدام از این دایره‌های ثانویه می‌تواند موضوعی جدید را بازهم در ذهنتان تداعی کند. بازهم دایره‌های دیگری در اطراف دایره‌های فرعی بکشید و هر موضوع را با خط به دایره‌های بعدی وصل کنید.
۴. این کار را این‌قدر ادامه دهید تا تمام موضوعات مرتبط با سوژهٔ اصلی را روی کاغذ بنویسید.

۵. برای هر موضوع اصلی کتاب، یک صفحهٔ جداگانه اختصاص دهید و نمودار خوشه‌بندی آن را نگه‌داری کنید تا در موقع لزوم بتوانید به آن دسترسی پیدا کنید.
۶. هر بار که تحقیقی انجام می‌دهید یا به هر طریقی به اطلاعاتی تازه دست پیدا می‌کنید، دوباره به سراغ نمودار خود بروید و تلاش کنید تا آن را تکمیل کنید.
۷. این خوشه‌ها قرار است مادهٔ خام و البته مهمی برای تشکیل محتوای کتاب باشد. پس تا حد امکان آن‌ها را شفاف و واضح بنویسید.
۸. خودتان را به خوشه‌بندی با تعداد خاصی محدود نکنید و تا هرکجا که ذهنتان اجازه می‌دهد روند تولید محتوا برای این نوع نمودارها را ادامه دهید.



ممکن است این سؤال برایتان پیش بیاید که چرا این روش می‌تواند به نوشتن به شیوه‌ای خلاقانه کمک کند؟

دلیل کارکرد این شیوه به ساختار مغز برمی‌گردد. حتماً اصطلاح «میمون ذهن» را شنیده‌اید. ذهن ما به شکل خطی کار نمی‌کند و ایده‌ها به شکل طبقه‌بندی‌شده و منظم به فکر نمی‌رسند بلکه به‌صورت غیرخطی ایجاد می‌شوند. روش خوشه‌بندی هم از این روش ذهنی تبعیت می‌کند و اجازه می‌دهد بدون سانسور کردن ایده‌های جسته‌گریخته، بتوانیم از بهترین آن‌ها استفاده کنیم.

از طرفی روش خوشه‌بندی، ترس شما را از کاغذ سفید می‌ریزد. اگر بخواهید شروع کنید و به شکل ساختاریافته و منظم بنویسید، ممکن است نتوانید حتی یک پاراگراف هم تولید کنید اما وقتی از روش خوشه‌بندی استفاده می‌کنید، سانسورچی درون ذهن را خاموش می‌کنید و آزادانه از ایده‌های نامنظم و البته مفیدی که برای نوشتن در ذهنتان تداعی می‌شود، استفاده می‌کنید.

تحقیق کردن

هر کتاب روی کلمات سوار شده است.

کلمات روی مفاهیم ذهنی نویسنده‌اش سوار شده‌اند.

مفاهیم روی دانش، اطلاعات و دارایی‌های ذهنی نویسنده سوار شده‌اند.

اطلاعات نویسنده بر روی ترجیحات و منابعی که در دسترس دارد سوار شده است.

انتخاب منابع مناسب برای نوشتن کتاب یعنی تحقیقاتی که نویسنده انجام می‌دهد و از بین مواد موجود، آنچه را متناسب باهدفش است برمی‌دارد.

تحقیق یعنی پیداکرده مواد خامی که می‌تواند ترجیحات نویسنده را بیان کند.

ترجیحات نویسنده در پی بیان مفاهیم و پیامی به دیگران است.

انتقال پیام با استفاده از کلمات مناسب امکان‌پذیر می‌شود.

دو سؤال مهم:

- چه می‌دانید؟
- چه چیزی را نیاز دارید تا بدانید؟

تحقیق داخلی یعنی همین کاری که در حال حاضر مشغول انجام دادن آن هستید؛ یعنی به این نکته پی ببرید که «چه محتوایی» را «چگونه» روی کاغذ بیاورید؟

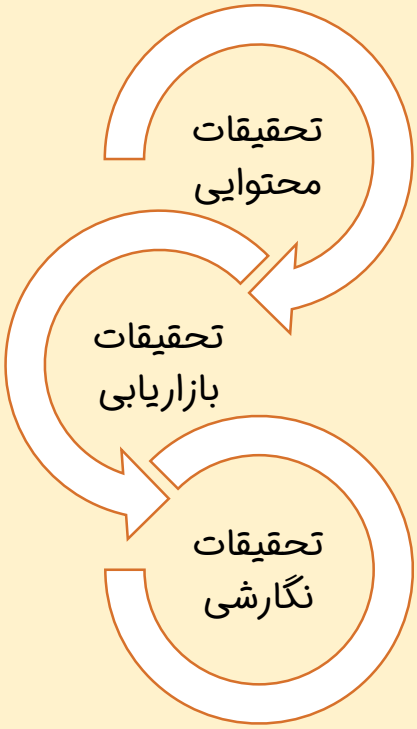
یعنی ساختاری را در ذهن خود طراحی کنید تا آنچه را می‌دانید با نظم و ترتیب خاصی به نوشته‌های یک کتاب تبدیل کنید.

تکلیف تحقیق خارجی هم که مشخص است.

همان‌طور که گفته شد شما به اطلاعات و دانش کافی برای انتقال پیام موردنظر خود، نیاز دارید.

حالا به این بپردازیم که چگونه می‌توان تحقیقات خارجی را انجام داد؟

سه روش تحقیقاتی که در قالب مدل زیر مطرح می‌کنم می‌تواند به شما در انجام تحقیقات بهتر کمک کند:



- **تحقیقات محتوایی**

۱. منابع موثق و موردنیاز را پیدا کنید.

۲. با دقت به بررسی این منابع بپردازید و مطالب مرتبط با موضوع کتابتان را جدا کنید.
۳. از نکات مهمی که می‌توانید برای نوشتن کتاب استفاده کنید یادداشت‌برداری کنید.
۴. می‌توانید حتی کلمه برداری کنید یا جمله‌های خوب و جذاب را عیناً و البته با ذکر منبع جدا کنید.
۵. به سراغ منابع دیجیتال برید. وب‌سایت‌های خوب داخلی و خارجی را با کلمات کلیدی موردنظرتان جستجو کنید و آن‌ها را با دقت رصد کنید.
۶. به سراغ منابع غیر دیجیتال بروید. کتاب‌های مرتبط را پیدا کنید. افرادی که می‌توانند شما را در پیشبرد کتاب کمک کنند و یا سایر نویسندگانی که در این راه می‌توانند یاور شما باشند را فهرست کنید.
۷. دفترچه‌ای تهیه کنید و تمام نکات، عبارات کلیدی، کلمات و هر موضوعی را درنتیجهٔ تحقیقات به آن‌ها دسترسی پیدا می‌کنید را یادداشت کنید.
۸. اگر به سراغ کتاب‌های مرتبط با حوزه موردنظر می‌روید، حداقل سه کتاب مطرح دنیا را با دقت و موشکافانه بخوانید.
۹. اگر به سراغ وب‌سایت‌ها می‌روید حداقل ده وب‌سایت برتر را پیدا کنید و بر محتوای آن‌ها متمرکز شوید.
۱۰. اگر به سراغ افراد صاحب صلاحیت می‌روید فراموش نکنید که نکات مطرح شده را فوراً یادداشت یا ضبط کنید.

- **تحقیقات بازاریابی**

۱. بازار کتاب در رابطه با محتوای مدنظر شما چه شرایطی دارد؟
۲. سایر کتاب‌های موجود در بازار چه نقاط قوت و ضعفی دارند؟
۳. جای خالی چه ارزشی بین کتاب‌هایی در حوزهٔ مدنظر شما احساس می‌شود؟
۴. مخاطبان این محتوا چه کسانی هستند؟
۵. ترجیحات و خواسته‌های مخاطبان شما چه چیزهایی هستند؟
۶. هدف شما از نوشتن کتاب با توجه به شرایط بازار چه تغییری می‌تواند بکند؟
۷. مهم‌ترین ارزشی که می‌خواهید به مخاطب خود ارائه کنید چیست؟
۸. وجه تمایز کتاب شما با سایر کتاب‌های موجود در بازار چه چیزی می‌تواند باشد؟
۹. چه تغییراتی در محتوای کتاب باعث می‌شود بازار بهتری برای دیده شدن کتاب شما ایجاد شود؟
۱۰. برای بازاریابی کتاب خود علاوه بر منحصربه‌فرد بودن محتوا روی چه زمینه‌ای می‌توانید تمرکز کنید؟ ناشر خوب؟ معرف؟ دسترسی مستقیم به مخاطب؟ انتشار از طریق فضای دیجیتال؟

- **تحقیقات نگارشی**

۱. به یادگیری بیشتر کدام مهارت‌های نویسندگی نیاز دارید؟
۲. مهم‌ترین ضعف خود را در نوشتن، مرتبط با کدام موضوع می‌دانید؟

۳. در قیاس با آثار خوب و کتاب‌های مطرح بازار چه مزیت، فرصت، تهدید و تهدیدی را در زمینهٔ شیوهٔ نوشتن خود احساس می‌کنید؟
۴. برای استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها و همین‌طور برای دوری از تهدیدها و نقاط ضعف چه راهکاری را اتخاذ می‌کنید؟
۵. کدام اقدامات عملی را در برنامهٔ کوتاه‌مدت و بلندمدت خود قرار می‌دهید تا مهارت بیشتری در نگارش کتابتان پیدا کنید؟
۶. ساختار کتاب‌های موفق و مطرح در بازار در زمینهٔ مدنظر شما چگونه است؟
۷. کتاب‌های خوب بازار مطالب خود را از چه طریقی ساماندهی کرده‌اند؟
۸. وجود چه عواملی را برای نگارش یک کتاب برنده الزامی می‌دانید؟ چطور می‌خواهید به آن‌ها دسترسی پیدا کنید؟
۹. مخاطبان شما با کدام سبک و سیاق نگارش کتاب راحت‌تر هستند و چه محتوایی برای آن‌ها جذابیت بیشتری دارد؟
۱۰. اگر محدودیت زمان و بودجه نداشتید، با توجه به کتاب‌های موفقی که در بازار می‌بینید روی بهبود کدام مهارت‌های نویسندگی خود سرمایه‌گذاری می‌کردید؟

مطالعه کردن

مطالعه کردن، مهم‌ترین ابزار برای نوشتن است.

نوشتن بدون خواندن امکان‌پذیر نیست.

اما چطور بخوانید که بتوانید بهتر بنویسید؟

توصیه‌های زیر می‌تواند شما را به داشتن مطالعهٔ بهتر رهنمون کند:

۱. با نشانه‌گذاری، بخوانید

قبل از هر چیز برای خودتان قراردادی در نظر بگیرید. با خودتان قرار بگذارید که از اشکال هندسی مختلف استفاده کنید و هر صفحه از کتاب را که می‌خوانید، با این اشکال هندسی نشانه‌گذاری کنید.

مثالی برای نشانه‌گذاری قراردادی:

- دور کلمات زیبایی که عموماً در نوشته‌ها و گفته‌هایتان استفاده نمی‌کنید، خط بکشید.
- زیر جمله‌های مهم خط بکشید.
- جمله‌هایی که بعداً می‌توانید از آن‌ها برای نوشته‌های خودتان استفاده کنید را با رنگی خاص جدا کنید.
- ضرب‌المثل‌ها، شعر یا مثال‌های مهم را با ستاره از متن جدا کنید.

نشانه‌گذاری‌های این‌چنینی باعث می‌شود به‌صورت فعال‌تر و کاربردی‌تر کتاب بخوانید. به‌این‌ترتیب دیگر شما یک خوانندهٔ منفعل نیستید که فقط در مواجهه با کتاب قرار می‌گیرد بلکه با نویسنده مشارکت می‌کنید و با نگاهی تحلیلی، خوب و بد متن را تفکیک می‌کنید.

همین‌طور این کار باعث می‌شود بعد از مدت‌زمان طولانی که به کتاب مراجعه می‌کنید، فهرستی از مطالب کاربردی را به شکل تفکیک‌شده داشته باشید که با یک نگاه قابل‌استفاده هستند.

۲. به‌قصد یادگیری بخوانید

مطالعه کردن برای لذت بردن یا مطالعه برحسب وظیفه، خروجی بسیار متفاوتی از مطالعه کردن به‌قصد یادگیری ایجاد می‌کند.

به‌عنوان یک نویسنده، باید به‌قصد یادگرفتن بخوانید. باید روی ساختار جمله‌ها و پاراگراف‌ها دقیق‌تر شوید. باید به‌سادگی از کنار افعال خوب عبور نکنید. باید بتوانید محتوای کتاب را از دید یک نویسنده بررسی کنید و با خودتان بگویید اگر من جای نویسندهٔ کتاب بودم، این مطلب را چطور می‌نوشتم؟

۳. تمرین کلمه برداری کنید

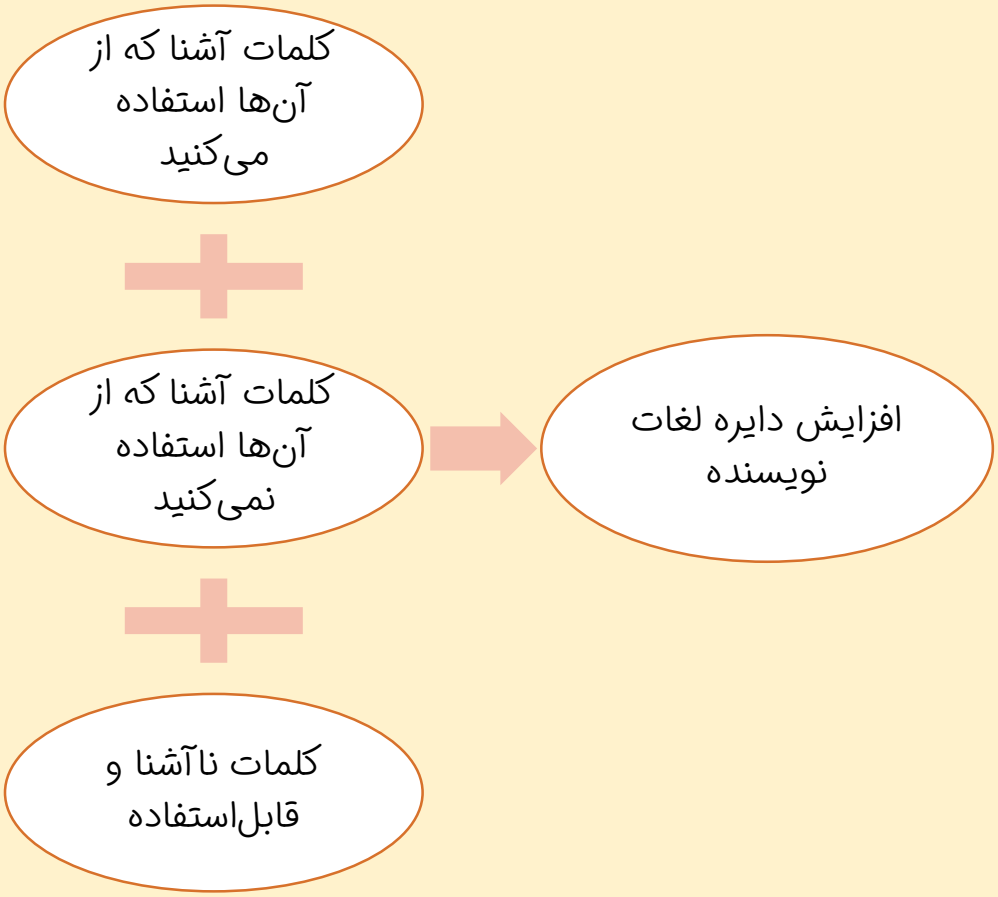
پرکاربردترین و مهم‌ترین وسیله‌ای که در جعبه‌ابزار نویسندگی شما وجود دارد، کلمه است. کلمات ابزاری هستند که از شما نویسنده‌ای مطرح می‌سازند یا برای همیشه شما را از وادی نویسندگان مطرح در حوزهٔ تخصصی‌تان محو می‌کنند.

کلمات نویسنده از کجا می‌آیند؟

از تمرین‌های آگاهانه برای کلمه برداری.

وقتی می‌خوانید، کلمات خوب را شکار کنید. کلماتی که در دایرهٔ گفتاری و نوشتاری شما جایی ندارند را پیدا کنید و جایی یادداشت کنید.

می‌توانید دفترچه یادداشت مخصوصی داشته باشید و آن را از کلمات مهم و کاربردی و وزین که مربوط به مباحثی موردعلاقه‌تان است، پرکنید. نگاه کردن به این کلمات و مرور کردن آن‌ها در طول زمان باعث می‌شود آن‌ها به بخشی از دایرهٔ واژگان شما تبدیل شوند.



- یک سری از کلمات هستند که در دایرهٔ لغات شما وجود دارند.

در گفت‌وگوهای روزمره و در هنگام نوشتن از آن‌ها استفاده می‌کنید و به کمک آن‌ها پیام خود را منتقل می‌کنید. کلماتی که برای استفاده کردن از آن‌ها نیاز به فکر کردن ندارید.

- یک سری از کلمات وجود دارند که معنی آن‌ها را می‌دانید و دقیقاً با کاربرد آن‌ها آشنا هستید اما از آن‌ها استفاده نمی‌کنید.
- کلماتی هم هستند که معنی آن‌ها را نمی‌دانید و در گفتمان و نوشتن از آن‌ها استفاده نمی‌کنید.

تمرین کلمه برداری به شما کمک می‌کند تا در هر سه حوزه بتوانید به دستاوردهای خوبی برسید، تعداد کلمات مورداستفاده را زیاد کنید و به‌واسطهٔ افزایش دایرهٔ لغات بتوانید بهتر، درست‌تر و حرفه‌ای‌تر بنویسید.

۴. به ساختار کتابی که می‌خوانید توجه کنید

مانند یک خوانندهٔ مبتدی با کتاب برخورد نکنید. اگر از آن لذت می‌برید یا حتی اگر گمان می‌کنید خیلی خوب نوشته نشده است، به دنبال علت آن باشید. ساختار کتاب را با دقت رصد کنید تا به سرنخ‌های خوبی برسید.

۵. حداقل سه کتاب مرتبط با موضوعی که می‌خواهید بنویسید، بخوانید

سه کتاب مطرح و موفقی که مرتبط با موضوع ذهنی شماست پیدا کنید و با دقت هرچه‌تمام‌تر آن‌ها را بخوانید. تلاش کنید تا الگوی پیشروی این کتاب و چراییِ تأثیرگذاری آن را پیدا کنید.

خواندن کتاب‌های مرتبط با موضوع ذهنی‌تان باعث می‌شود به دام تکراری گویی و صحبت کردن از بدیهیات نیفتید. ضمن اینکه مرور مطالب این‌چنین می‌تواند ایده‌های خوبی را به ذهنتان برساند.

۶. قسمت‌های مهم کتاب را جدا کنید

با خط کشیدن و جدا کردن محتوای ارزشمند کتاب، ذهن خود را به خوب نوشتن و درست نوشتن عادت دهید. دقت کنید چه چیزی در این قسمت‌های جدا شده وجود دارد که توجه شما را به‌عنوان خواننده جذب می‌کند؟

۷. بازنویسی کنید

قسمت‌های مهم کتاب‌هایی را که می‌خوانید، بازنویسی کنید. قسمت‌هایی که گمان می‌کنید نویسنده می‌توانست آن‌ها را درست‌تر بنویسید جدا کنید و خودتان آن‌ها را اصلاح و بازنویسی کنید.

۸. رونویسی کنید

از کتاب‌های خوبی که می‌خوانید رونویسی کنید. رونویسی یکی از بهترین تمرین‌هایی است که به شما درست‌نویسی و زیبانویسی را آموزش می‌دهد.

۹. در حوزه‌های مختلف کتاب بخوانید

تنها به حوزهٔ تخصصی خودتان اکتفا نکنید و حتماً کتاب‌های غیر مرتبط را هم بخوانید. یقین داشته باشید این کتاب‌ها ایده‌های بزرگ‌تری را در اختیارتان قرار می‌دهند.

فلسفهٔ خلاقیت همین است؛ یعنی شما بین ایده‌های غیر مرتبط با هم به نحوی ارتباط برقرار می‌کنید و حاصل این ارتباط، فکر یا حرف تازه‌ای می‌شود که کتاب شما را غنی‌تر و خواندنی‌تر می‌کند.

۱۰. برنامهٔ مطالعاتی منظم داشته باشید

نمی‌توانید فقط برای چند روز کتاب‌خوانی قهار باشید و یک‌باره از آن فاصله بگیرید. اگر می‌خواهید به نویسنده‌ای مطرح تبدیل شوید، چاره‌ای ندارید جز اینکه هرروز بخوانید. دقیقاً هرروز.

نویسنده: ناهید عبدی

تیر ماه ۱۳۹۸

ناشر کتاب:

NhahidAbdi.com