

شاهراه تأثیرگذاری

جای
دوم

شاهین کلانتری



چگونه
با خلق و نشر
ایده‌های خلاقانه
به فردی تأثیرگذار
تبدیل شویم؟



نسخه‌ی الکترونیکی «شاهراه تأثیرگذاری» هدیه‌ای است از:

Shahinkalantari.com

Madresenevisandegi.com

شاهراه تأثیرگذاری

چگونه با خلق و نشر ایده‌های خلاقانه
به فردی تأثیرگذار تبدیل شویم؟

شاهین کلانتری



شاهراه تأثیرگذاری

نویسنده: شاهین کلانتری

ویراستار: سجاد حاجب

سرویراستار: معین پایدار

طراح جلد: مرتضی عباسی

صفحه‌آرا: بهار اخوت

با سپاس از همکاری مبینا اهل ایمانی

چاپ دوم: ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۶۹۰۰۰ تومان

انتشارات: کلید آموزش

تماس با مرکز پخش: ۰۲۱-۶۶۴۱۹۷۳۲

🌐 Shahinkalantari.com

🌐 Madresenevisandegi.com

📧 Shahinkalantary

📧 madresenevisandegi_com

سرشناسه: کلانتری، شاهین

عنوان و نام پدیدآور: شاهراه تأثیرگذاری/شاهین کلانتری.

مشخصات نشر: تهران: کلید آموزش، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۱۰۸ ص.

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۳۹۰۰۴

وضعیت رکورد: فیپا

رده بندی کنگره: BF۶۳۷

رده بندی دیویی: ۱/۱۵۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴-۵۲۷-۹

موضوع: خودسازی

موضوع: (Self-actualization) Psychology

موضوع: محتوای تولید شده توسط کاربر

موضوع: User-generated content

موضوع: تأثیر (روان‌شناسی)

موضوع: Influence (Psychology)

تقديم به ناهید عبدی

فهرست:

۸.....پیش گفتار

بخش اول:

چرا تأثیرگذاری با محتوا؟ به شاهراه تأثیرگذاری خوش آمدید

- ۱۴.....پازل تأثیرگذاری ما
- ۱۵.....چگونه در شاهراه تأثیرگذاری قدم بگذاریم؟
- ۱۶.....پنجره تأثیرگذاری
- ۱۷.....با چرایی شروع کنیم
- ۱۹.....تعریف ساده محتوا
- ۲۰.....چرا تأثیرگذاری با محتوا؟
- ۲۱.....یک دلیل برای این که در ساخت رسانه مصمم تر شویم
- ۲۳.....شیوه‌های بهره‌بردن از محتوا
- ۲۴.....چگونه از محتوا به درآمد برسیم؟

بخش دوم:

شجاعت خلاقیت شناخت موانع

- ۲۸.....شجاعت خلاقیت
- ۳۰.....چگونه با یادگیری، خودمان را گول می‌زنیم؟
- ۳۲.....شکنجه مدام

بخش سوم:

نوشتن

نکات مهمی که باید درباره نوشتن بدانیم

- ۳۴..... برای موفقیت در هر کاری، باید درباره آن بنویسیم.
- ۳۵..... آیا می‌توانیم درباره موضوعات خودمان جملات ساده و نغز بنویسیم؟
- ۳۶..... شاید برایمان الهام‌بخش باشد.....
- ۳۷..... سه ترفندک.....
- ۳۹..... ایجاد نظم پایدار برای نوشتن.....
- ۴۲..... سؤال‌نویسی؛ شیوه‌ای برای رشد کردن با نوشتن.....
- ۴۵..... قطعه‌قطعه پیش برویم.....
- ۴۶..... برای تأثیرگذاری، دایره لغاتمان را افزایش بدهیم.....
- ۴۷..... تمرین کلمه‌برداری.....
- ۴۸..... فراخوان واژه‌ها.....
- ۵۰..... این سه نکته را از یاد نبریم.....
- ۵۱..... از این شش کار بپرهیزیم تا نوشتن کلافه‌مان نکند.....
- ۵۴..... هفته‌ای خوب با نوشتن.....

بخش چهارم:

یادگیری

سوخت مناسب برای تولید محتوا

- ۵۸..... از فقر می‌ترسیم؟.....
- ۶۰..... نوشتن از نوشته‌ها.....
- ۶۱..... فرمول شخصی من برای خوش‌شانسی.....
- ۶۲..... سه نکته مهم درباره یادگیری و تولید محتوا.....
- ۶۳..... استاد شدن در یک کتاب.....
- ۶۴..... چگونه تمرین کنیم؟ | ده فرمان تمرین مؤثر.....

بخش پنجم:
رسانه شخصی ما
استراتژی مناسب برای تأثیرگذاری

- ۶۸..... شرط تولید محتوا.
- ۶۹..... تعریف استراتژی محتوا.
- ۷۰..... دورنگری در تولید محتوا.
- ۷۱..... چرا وبلاگ نویسی به دانش ما می افزاید؟
- ۷۲..... این بار ما رئیس جمهور شویم | ۱۰۰۰ پست تا ساختن برند شخصی.
- ۷۵..... درباره رشد فردی بنویسیم.
- ۷۶..... جرقه هایی برای نوشتن یادداشت های کوتاه در رسانه شخصی.
- ۷۷..... با صدهزار مردم تنهایی.
- ۷۸..... مخاطبان و معاشران مطلوب.
- ۸۰..... آیا باید نگران دزدیده شدن نوشته هایمان باشیم؟
- ۸۱..... گول کیفیت را نخوریم.
- ۸۲..... بی خیال لایک و کامنت، به «همرسانی» فکر کن.
- ۸۳..... و سه نکته نسبتاً حیاتی!

بخش ششم:

مسیر توسعه فردی

چند پیش نهاد برای تجربه زندگی خلاقانه

- ۸۶.....عجول و صبور باش!
- ۸۸.....جنازه ای که همیشه با خودمان حمل می کنیم.
- ۸۹.....ما متمایزیم.
- ۹۰.....نسخه به روز آمده ما.
- ۹۱.....پیش نهادی برای فکر کردن به آینده.
- ۹۳.....یک گروه بسازیم.
- ۹۵.....اگر می خواهیم واقعاً کار کنیم.
- ۹۶.....گر نپسندی، به از آنت دهند.
- ۹۷.....در ستایش الهام بخش بودن.
- ۹۷.....چرا باید بی حوصلگی را تحمل کنیم؟
- ۹۸.....چرا دست زیاد است؟
- ۹۹.....سن مناسب برای نوپسندگی.
- ۹۹.....باورِ بارور شدن.
- ۱۰۰.....بیماری مهلک «خودمرکز جهان پنداری».
- ۱۰۱.....هزار و یک قصه تو.
- ۱۰۲.....ما این گونه هدر می رویم.
- ۱۰۳.....یک دوره آموزشی آنلاین بسازیم.
- ۱۰۳.....خلق ایده.
- ۱۰۴.....حالا وقت خوبی برای شروع کردن است.

پیش‌گفتار

ماجرای من و این کتاب

پدر و مادرم هنوز از هم جدا نشده بودند. سه چهار سالی بود سرآسیاب زندگی می‌کردیم، جایی در حوالی کرج و شهریار. سرآسیاب پر بود از کسانی که به صفر رسیده بودند و کسانی که می‌خواستند از صفر شروع کنند. هفته‌ای هشت بار برق می‌رفت و هر لحظه هراسان بودیم که نکند دیوار نازک خانه بریزد. گاهی، یک نیمه‌شب کافی بود تا دور از چشم شهرداری، یکی دیگر از آن قوطی کبریت‌های مشهور به «قوچانی‌ساز» هوا شود. من در مدرسه‌ای درس می‌خواندم که در دو شیفتش، بیش از ۲۰۰۰ دانش‌آموز داشت. در کلاسی ۵۰ نفری، ۳ نفری می‌گپیدیم پشت یک میز.

پدرم بی‌کار بود. بعد از آن هم هرگز باکار نشد. صبح تا شب در خانه بود و روزنامه می‌خواند. آن موقع، روزنامه شرق را بیش‌تر دوست می‌داشت. می‌گفت: «حالا تحریریه قبلی همشهری این روزنامه را دست گرفته‌اند و ارزش خواندن دارد. اصلاً چیزی مخصوصی است.»

روزنامه شرق پر بود از کاریکاتورهای افشین سبکی و فیروزه مظفری. من از روی آثار سبکی می‌کشیدم. از بچگی‌ام، پدرم اصرار داشت که بگوید نقاشی شاهین خوب است. من هم باورم شده بود که خوب است؛ وگرنه چه‌طور می‌توانستم به این خوبی از روی کاریکاتورهای دیگران کپی کنم؟!

یک بار، یکی از چیزهایی را که کشیده بودم، برای روزنامه شرق پست کردم. چند روز بعد، در ضمیمه روزنامه، اسمم را آوردند. نوشته بودند: «آقای شاهین کلاتری، کاریکاتور شما به دست ما رسید؛ اما گویا در جوی آب افتاده بود. باز برای ما از کاریکاتورها بفرستید.» دیدن اسمم در روزنامه کافی بود تا دیگر از جمع کردن کاریکاتور روزنامه‌ها و مجله‌ها دست برندارم.

یک‌لایتنان، با دمپایی پلاستیکی و بدون جوراب، راه می‌افتادم در برف و یخ تا شماره

جدید مجلهٔ بچه‌ها گل آقا را بخرم. درس و مشق رفته بود به حاشیه و بیش‌تر وقتم صرف مصرف و تولید کاریکاتور می‌شد.

تا این‌که خوش‌بختانه، یک روز پدر و مادرم، بعد از کلی برسرهم‌زدن، طلاق گرفتند و از این ره‌گذر، به آرامشی رسیدم که باعث شد بیش از حدی که معمولاً یک نوجوان حوصلهٔ کاری را دارد، خودم را به دنیای کارتون و کاریکاتور بسپارم. شاید به کاریکاتور چسبیده بودم تا اندوه دوریِ موقت از مادرم را راحت‌تر فراموش کنم.

تشویق‌ها و تحسین‌های پدرم ادامه داشت؛ هرچند معلوم بود سخت کلافه است. آخر نمی‌دانست در دههٔ پنجم عمرش دقیقاً باید با زندگی‌اش چه کند. خواهرم خانهٔ عمه‌ام می‌ماند و من خانهٔ مادر بزرگ پدری‌ام بودم، پدرم یا پیش ما بود یا می‌رفت در خانهٔ خودمان سیگار دود می‌کرد. این «خانهٔ خودمان» هم آپارتمانی پرپری بود که اجاره‌اش ماه به ماه عقب می‌افتاد. مادرم از ۶ صبح تا ۱۲ شب کارگری می‌کرد و شب‌ها در خانهٔ عمه‌ام می‌خوابید.

مجله‌ها و روزنامه‌ها را که ورق می‌زد، اسم اینترنت و سایت و ایمیل زیاد به چشم می‌خورد. می‌نوشتند فلان مطلب را در بهمان سایت ببینید، یا نظرات خود را به فلان نشانی ایمیل کنید؛ اما من کامپیوتر نداشتم و از وضع خانواده مشخص بود که تا چند سال دیگر هم توان خرید کامپیوتر را نخواهم داشت.

یک روز که رفته بودم خانهٔ عمه‌ام تا خواهر و مادرم را ببینم، از عمه و خواهرم خواستم که من را ببرند کافی‌نت. بعد از ظهرِ یکی از روزهای گرم تابستان بود که بالاخره، برای اولین بار در عمرم پا در کافی‌نت گذاشتم و به یک کامپیوتر دست زدم. جالب این‌که آن موقع در کافی‌نت‌ها، همان‌طور که از اسمش پیداست، «کافی» هم می‌دادند. نشانی سایت‌ها را نوشته بودم روی کاغذ تا کافی‌نت‌چی برایم بازشان کند. گفت: «هر جا موس شبیه دست شد، فشارش بده تا وارد صفحهٔ تازه‌ای بشوی.» بعد از آن، تا دو ساعت دیگر که خواهر و عمه و دختر عمه‌ام از پاساژگردی برگشتند، من در اینترنت غرق تماشای کاریکاتورها بودم و دلم می‌خواست همهٔ صفحات وب را پرینت بگیرم و با خودم ببرم خانه.

مدتی بعد از آن، برنامه کافی‌نت رفتن من شروع شد. معمولاً ظهرها بعد از مدرسه، نیم‌ساعتی را در کافی‌نت می‌گذراندم. خلوت‌ترین ساعت کافی‌نت ساعت خلوت آقا کاوه با نامزدش هم بود؛ البته مزاحمت من مانعی ایجاد نمی‌کرد.

کافی‌نت رفتن‌های پیاپی و مرور سایت‌های کاریکاتور ایران و جهان باعث شد به فکر وبلاگ داشتن بیفتم. اولین وبلاگم را کاوه ساخت. اولین ایمیل را هم چند وقت قبل ترش، کافی‌نت‌چی دیگری برایم ساخته بود. هر روز، یکی دو تا از کاریکاتورهای تازه‌ام را می‌گذاشتم در کیفم تا بعد از مدرسه ببرم کافی‌نت و کاوه برایم اسکنشان کند و بگذارمشان در وبلاگم.

یک‌راست می‌رفتم در وبلاگ کاریکاتوریست‌های معروف و برایشان دعوت‌نامه می‌نوشتم تا بیایند به وبلاگم و کاریکاتورهایم را ببینند. می‌آمدند و کامنت هم می‌گذاشتند، و این برای نوجوانی مثل من که آرزوی امضا گرفتن از آن هنرمندها را داشت، تشویق بزرگی بود. همه چیز از همین وبلاگ شروع شد.

مادرم کماکان کار می‌کرد و به‌مرحمت او، هزینه خرید مجله و روزنامه و کاغذ و مدادرنگی برایم فراهم بود؛ اما در عین شادی و سرخوشی، نوجوانی غمگین بودم. بخشی از ماجرا به تربیت نسبتاً سنتی‌ام برمی‌گشت. کارکردن زن به نظرم ناخوشایند بود؛ چون خاله و عمه و زن‌عمو و زن‌دایی من کار نمی‌کردند.

رفتم دفتر روزنامه اعتماد ملی تا کاریکاتورهایم را به هادی حیدری نشان بدهم. اعتماد ملی زیر پل کریم‌خان بود. با مترو می‌رفتم. پول توجیبی‌ام را هم بین دو تا جیبم تقسیم می‌کردم تا اگر یک جیبم را زدند، در آن یکی جیبم پول داشته باشم و ویلان و سیلان نشوم.

در دفتر روزنامه، از این‌که می‌دیدم زن‌ها و مردها دور میزهای متعدد نشسته‌اند و با هم از خواندن و نوشتن حرف می‌زنند، لذت می‌بردم. پشت میز حیدری یک بنر بزرگ پر از کاریکاتور بود که مسحورم می‌کرد. در آن فضای فرهنگی، آرزویی در ذهنم نقش بست. با خودم گفتم: «یعنی می‌شود من هم روزی شغل چنین راحتی داشته باشم و بتوانم از کشیدن کاریکاتور پول دریاورم؟!» در آن لحظه با حساب کتاب من، رسیدن به

آن رؤیا دست کم یکی دو دهه زمان می‌برد.

مدتی بعد، یکی از کاریکاتورهایم در ستون کاریکاتور آن روزنامه چاپ شد. این که کاریکاتور من در یکی از مهم‌ترین روزنامه‌های آن زمان و در کنار آثار کاریکاتوریست‌های کارکشته چاپ شد، برای من موفقیت بزرگی بود.

و اما داشتن وبلاگ همه چیز را تغییر داد.

با وبلاگ رسیدم به مازیار. علت آشنایی من هم وبلاگ بود و شرکت کردن من در مسابقاتِ حضورِ کاریکاتور که معمولاً در حاشیهٔ نمایشگاه کتاب برگزار می‌شد. در یکی از همین مسابقه‌ها که مازیار داور بود و من شرکت‌کننده، بیش‌تر با هم آشنا شدیم. او کاریکاتورهایم را در وبلاگم دیده بود؛ البته بعدها گفت که به نظرش من یک مُشت مزخرفات فرمالیستی می‌کشیدم.

مازیار بیست سالی از من بزرگ‌تر بود و یکی از کاریکاتوریست‌های مطرح و مشهور مطبوعاتی محسوب می‌شد. هیچ نشانی از آدمی‌زاد عادی نداشت. انگار در فضا زندگی می‌کرد. فقط جوک می‌گفت و می‌خندید. همه چیز زندگی برایش بهانهٔ خندیدن بود.

آدم عجیب‌گریبی بود؛ عقلی معاش نداشت؛ ولی کودک درون زنده و بیداری داشت!

بعد از مادرم، یعنی مهربان‌ترین بزرگ‌سالِ زندگی‌ام، مازیار دومین بزرگ‌سالی بود که من را بیش از یک نوجوان جدی می‌گرفت. همیشه خودم را ممنون و مدیونش می‌دانم. مازیار دستم را گرفت و با خودش پابه‌پا برد به تحریریهٔ روزنامه‌های مختلف. می‌خواست هوایم را داشته باشد تا استعداد نیم‌بندم از دست نرود.

در همین پُرسه‌هایی که در کنار مازیار می‌زدم و دوروبرش می‌پلکیدم، یک روز بعد از ظهر، مدیر مسئول یکی از روزنامه‌ها که حالا از نمایندگان مجلس است، به مازیار پیش‌نهاد داد که یک مجلهٔ طنز چاپ کنند. مازیار حال و حوصلهٔ این کارها را نداشت. همان لحظه ردش کرد و گفت: «به مسعود شجاعی بگویند که مدیرِ خانهٔ کاریکاتور است.» اما بعد که از روزنامه زدیم بیرون، من به مازیار پيله کردم که بیا این مجله را با هم دریاوریم؛ کارهای اجرایی‌اش با من. پيله کردیم جواب داد و او به من اعتماد کرد و تا یک‌سال و نیم پس از آن، ما یکی از پرکارترین دوره‌های کاری‌مان را گذرانیدیم. بعضی

اوقات ۴-۵ نفری، تا ۵-۶ صبح، می‌ماندیم دفتر روزنامه و «چوب‌کبریت لای پلکمان می‌گذاشتیم!» تا مجله را آماده کنیم. مجله به‌صورت جداگانه پخش نمی‌شد، بلکه ضمیمه‌ای بود که هر دو هفته یک بار، لای روزنامه عرضه می‌شد. بعدها، مدیر روزنامه عوض شد و مدیر بعدی تحمل درسرهای بعدی چاپ طنز و کاریکاتور را نداشت.

این شد که بعد از دوسه سال کارمندی، روزنامه را طلاق دادم و زدم بیرون. دیگر هم کارمند جایی نشدم؛ اما این تجربه، آن هم در آن زمان، دست‌آوردی بود. یادم هست که در ابتدای ورود به روزنامه، از وزارت کار استعلام کردند که ببینند آیا می‌توانند در آن سن و سال با من قرارداد ببندند یا نه.

از ابتدای نوجوانی، کار و زندگی من با محتوا عجین بوده و هست. از روزنامه‌نگاری به سینما رسیدم و از سینما به ادبیات و از ادبیات به تولید محتوا، و کماکان همه‌ی علایق گذشته را هم دنبال می‌کنم.

از زندگی خود روایت کردم تا بگویم باور عمیق من به قدرت محتوا ریشه‌ای‌تر از آن است که بخواهم حتی «یک روز» از آن دست بکشم. در ۱۳ سالگی من اصلاً اصطلاحات «تولید محتوا» و «بازاریابی محتوا» ابداع نشده بود؛ اما همان قدرت اینترنت و انتشار محتوا بود که سازنده‌ترین ارتباطات زندگی‌ام را برایم ایجاد کرد. تولید و انتشار محتوا کمک کرد تا طبقه‌ی اجتماعی‌ام را تغییر بدهم و معاشرانی پیدا کنم که زمانی زیستن در کنار آن‌ها آرزویم بود.

و اما اشاره‌ای هم بکنم به فرجام کارکردن مادرم. بالاخره، بعد از یک سال کارکردنم در روزنامه، وضع مالی‌ام به حدی رسید که اول از مادرم خواستم یک شیفت از کارش را کم کند. بعد از چند ماه، شیفت اول را هم کنار گذاشت و به این ترتیب، من به‌طور کامل مرد خانه شدم.

این بود انشای من درباره‌ی ساختن یک زندگی با محتوا، با محتوا.

این کتاب را نوشته‌ام تا به شما بگویم که چشم‌ها را با آب و صابون باید شست، محتوا را جور دیگر باید دید.

بخش اول:

چرا تأثیرگذاری با محتوا؟

به شاهراه تأثیرگذاری خوش آمدید

«می نویسم تا دیگران به من عشق بورزند.»

گابریل گارسیا مارکز

پازل تأثیرگذاری

کتاب شاهراه تأثیرگذاری چکیده‌ای است از همه ایده‌هایی که طی سال‌های گذشته، در عمل آزموده‌ام و آن‌ها را در قالب «قطعه‌نویسی» مطرح کرده‌ام.

قطعه‌نویسی شیوه‌ای مناسب برای خلق و نشر ایده‌ها در عصر حاضر است. البته این شیوه نگارش سابقه‌ای دیرینه دارد و از صدها سال پیش تا کنون، در عرصه‌های گوناگون به کار رفته است.

بیاایم قطعات این کتاب را قطعات یک پازل فرض کنیم. قطعاتی که در ادامه می‌خوانیم، قادرند در ساخت «پازل تأثیرگذاری» الهام‌بخشمان باشند.

من این قطعات را به سلیقه خودم چیده‌ام. با قطعات این پازل، می‌توانیم به تصاویر متنوعی برسیم؛ حتی شاید تصمیم بگیریم برخی قطعات را به کار نگیریم و قطعات دیگری را جایگزینشان کنیم. باری، انتخاب با خود ماست.

چگونه در شاهراه تأثیرگذاری قدم بگذاریم؟

این کتاب بر مبنای گزاره زیر نوشته شده است:

«خلق و نشر مداوم محتوا شاهراه تأثیرگذاری است.»

حرف اصلی کتاب این است که بدون یادگرفتن و یاددادن آموختنی‌ها با شیوه‌های گوناگون، نمی‌توانیم تأثیرگذار باشیم. این کتاب راه‌کاری پیش‌نهاد می‌دهد: محتواهای مفید و مؤثر تولیدی خود را معرفی کنیم. در جریان تولید و انتشار چنین محتواهایی، بیش از هر کسی، خود صاحب اثر است که یاد می‌گیرد؛ چراکه یاددادن بهترین شیوه یادگرفتن است.

بنابراین در این کتاب یاد می‌گیریم که چه طور با نوشتن

و ضبط صدا و انتشار پادکست

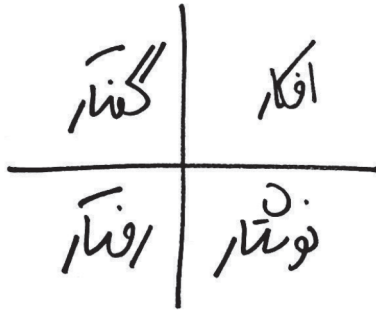
و تولید و انتشار تصویر و ویدئو کلیپ،

وارد شاهراه تأثیرگذاری بشویم.

هم چنین، قطعات گوناگونی را درباره توسعه فردی در کتاب گنجانده‌ام؛ چون تأثیرگذاری بدون توجه جدی به توسعه فردی ناممکن می‌نماید.

پنجرة تأثیرگذاری

محتوای خوب نوعی گزارش عمل کرد است؛ البته نه به بی‌مزگی نمونه‌های اداری‌اش. برای خلق محتوای تأثیرگذار، باید به فردی تأثیرگذار تبدیل شویم. به پنجره زیر نگاه کنید:



در هر گوشه از آن، به خودمان چه نمره‌ای می‌دهیم؟ آیا بین افکار، گفتار، نوشتار و رفتار ما هماهنگی وجود دارد؟ هر یک از قطعات این کتاب، در ارتقای یک یا چند گوشه از این پنجره، به ما ایده می‌دهد.

می‌شد گفتار و نوشتار را یکی کرد؛ اما به‌زعم من، یکی کردنِ این دو، بی‌دقتی می‌آورد و ما را از توجه جدی‌تر به هر یک دور می‌کند.

نکته مهم: هر کدام از این چهار تا بر یک‌دیگر تأثیرگذارند و نمی‌توانیم هیچ کدام را جدا از هم بدانیم. میزان تأثیرگذاری ما در گرو هماهنگی این چهار ضلع است.

با چرایی شروع کنیم

من برای انتخاب شرکت‌کنندگان در دوره آموزشی «نویسنده‌گی خلاق»، تاکنون با هزاران نفر گفت‌وگو کرده‌ام. برای هر یک از مصاحبه‌ها نیز گزارشی مکتوب نوشته‌ام. می‌دانید انگیزه اصلی اغلب متقاضیان از نوشتن چه بوده است؟
«تأثیرگذاری»

بیش از ۹۰ درصد از افرادی که با آن‌ها گفت‌وگو می‌کردم، دغدغه تأثیرگذاری داشتند؛ تأثیرگذاری به شیوه‌ای که نخست، زندگی خود شخص را بهبود ببخشد و سپس، تأثیری ماندگار روی دیگران بگذارد، و چنین تأثیری پس از مرگ محتواگر نیز جاوید بماند. برای انجام مدام و مداوم کارها، به دلایل پرمعنا و انگیزه‌ساز نیازمندیم. اگر تولید محتوا برایمان کاری بامعنا و هدف‌مند باشد، نه تنها در این عرصه دوام می‌آوریم، بلکه به منبع الهام دیگران نیز تبدیل می‌شویم. فراموش نکنیم که چرا می‌خواهیم محتوا تولید کنیم. نیچه گفته بود: «کسی که چرایی زندگی را دریافته است، با هر چگونه‌ای خواهد ساخت.»



تعریف ساده محتوا

پیش از وارد شدن به دل ماجرا، بهتر است با مفهوم محتوا بیش‌تر آشنا شویم. اگر تصور کنیم رسانه ظرف غذاست، محتوا غذایی است که در آن ظرف می‌ریزیم. گاهی ظرفمان تلویزیون و کتاب و مجله است و گاهی وبسایت و شبکه‌های اجتماعی. این مظروف است که تأثیر می‌گذارد، نه ظرف!

به رسانه‌های اجتماعی نگاه کنیم. این رسانه‌ها بدون محتوای ما کاربران، چیزی جز ظرف‌هایی خالی نیستند.

یک لحظه به افراد محبوب و مشهوری که در زندگی‌مان می‌شناسیم فکر کنیم؛ به افرادی که سبک زندگی و نگرش آن‌ها به جهان، برایمان الهام‌بخش بوده است. چگونه با آن‌ها آشنا شده‌ایم و چه چیزی باعث تأثیرگذاری آن‌ها روی ما شده است؟ به احتمال قوی، این محتوا بوده که باعث آن تأثیرگذاری شده است.

از دیرباز، قدرت و امکان تأثیرگذاری در دست کسانی بوده که با افکار و رفتار و نوشتار و گفتار مناسب، برای ظرف‌های موجود، غذاهایی مفید و مؤثر تولید کرده‌اند.

زمانی برای همه مردم، امکان ارائه محتوا در تلویزیون و روزنامه‌ها و دیگر رسانه‌ها، یا فراهم نبود یا بسیار دشوار و هزینه‌بر بود؛ اما حالا همه ما می‌توانیم در یک پلک‌برهم‌زدن، رسانه خودمان را بسازیم. ما هم همان صفحه اینستاگرامی را داریم که چهره‌های شاخص و تأثیرگذار دارند. ساخت صفحه، هم برای آن‌ها رایگان بوده است، هم برای ما. پس چه چیزی این صفحه‌ها را از هم متمایز می‌کند؟ محتوا.

اما حالا که همه ما به‌طور رایگان یا با کم‌ترین هزینه، می‌توانیم سایت یا کانال یا صفحه داشته باشیم، آیا قدرت و تأثیرگذاری یکسانی داریم؟ درست است که بستر برای همه فراهم شده؛ اما قدرت در دست کسی است که محتواهای تأثیرگذار خلق کند.

چرا تأثیرگذاری با محتوا؟

ما در جمعی محدود مثل خانواده یا محل کار هم می‌توانیم تأثیرگذار باشیم؛ اما اگر در ابعادی وسیع‌تر و ماندگارتر، به تأثیرگذاری فکر می‌کنیم، باید به تولید و انتشار محتوا بپردازیم.

حالا که رسانه‌های اجتماعی به‌سهولت در دست‌رس همگان‌اند، اگر دست‌به‌کار شویم، متوجه می‌شویم که بیش از هر دوره تاریخی دیگری، ابزار تأثیرگذاری فراهم است. با تولید محتوا (متن و صوت و تصویر) به دیگران می‌گوییم که «هستیم و حرفی برای گفتن داریم.» با محتوا می‌توانیم الهام‌بخش دیگران باشیم و به آن‌ها کمک کنیم. کمک‌کردن به دیگران بهترین شیوه تأثیرگذاری است. بنابراین برای تأثیرگذاری، رسانه شخصی خودمان را بسازیم.

یک دلیل برای این که در ساخت رسانه مصمم تر شویم: رسانه می تواند کمکمان کند.

همه مان این جمله را بارها و به شکل های گوناگون شنیده ایم: «به دیگران کمک کن تا بتوانی موفق شوی.» شاید یکی از قدیمی ترین شکل های آن این گفته کنفوسیوس باشد: «کسی که خیر دیگران را تأمین کند، خیر خودش را هم تأمین کرده است.»

اما در عمل چگونه می توانیم دیگران را یاری کنیم؟ کیسه خرید همسایه سال خورده را از پله ها بالا ببریم؟ وقتی به آب دارخانه اداره می رویم، برای همکارمان هم جای بریزیم؟ در قرض دادن پول به نزدیکان پیش قدم باشیم؟

به راه های دیگری هم می توانیم فکر کنیم، به راه هایی که مناسبات و امکانات دنیای فعلی در اختیارمان گذاشته است.

یکی از کارهای لذت بخشی که من می شناسم، هم رسانی محتواهای خوب و معرفی آن به دیگران است. صدا البته در انجام این کار، اگر صاحب رسانه باشیم، اندازه و تأثیر کمکمان بیش تر می شود.

در این جا مقصودم از رسانه، صفحه اینستاگرام، حساب توییتر، کانال تلگرام یا صفحات وبلاگ و وبسایت شخصی ماست.

تصور کنیم که رسانه کوچکی داریم و جمعی از علاقه مندان موضوعی خاص مخاطب «رسانک» ما هستند.

حالا می توانیم حتی با حجم اندکی از تأثیرگذاری، واقعاً به دیگران کمک کنیم؛ مثلاً تصور کنیم کسی کتاب کوچکی در زمینه تخصصی ما چاپ کرده و ما کتاب او را پسندیده ایم. در سایت یا کانال کوچکمان، چند خطی در معرفی کتاب او می نویسیم و شاید لینک خرید کتاب را هم می گذاریم. یا فرض کنیم در صفحه اینستاگراممان، صفحه یکی از افراد مستعد و خوش آیه ای را که می شناسیم معرفی می کنیم، یا چند کلمه ای درباره برخورد خوب اعضای فلان فروشگاه یا بهمان سازمان مرتبط با حوزه تخصصی مان می نویسیم. همه این کارها، با هر میزان تأثیر، نمونه های مثبتی از کمک کردن در دنیای معاصر است.

شاید فلان پُست کوچکمان تأثیر چندان ملموسی روی افزایش فروش بهمان محصول یا افزایش تعداد مخاطبانِ فلان شخص نداشته باشد؛ اما همین کار ساده می‌تواند تشویق و دل‌گرمی سازنده‌ای برای او باشد.

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

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

شاید مشتاق باشیم کمی هم درباره نتایج مادیِ انتشار محتوا بدانیم:

شیوه‌های بهره‌بردن از محتوا

تصمیم مخاطب بر تصورات او استوار است. محتوا قادر است شکل‌دهنده تصورات مخاطب بشود.

انگیزه‌های متنوعی برای بهره‌مندی از محتوا وجود دارد، از جمله:

بازاریابی برای کسب‌وکار

فرض کنیم فروشنده نوع مرغوبی از عسل یا عرضه‌کننده خدمات نرم‌افزاری هستیم. در میان صدها رقیب دیگر، چه‌طور می‌توانیم صدای خودمان را به مشتری برسانیم؟ «محتوا» یکی از راه‌های مؤثر است. با تولید محتوای خوب، به نوعی شهرت‌سازنده دست می‌یابیم.

ساخت کسب‌وکاری آموزشی محتوایی

اگر بخواهیم به‌عنوان مدرس یا سخنران مطرح شویم، هم برای تولید محصول و انجام خدمت به تولید محتوا نیاز داریم، هم برای معرفی و ارائه کارمان.

ساخت برند شخصی

در دنیایی که عرصه‌های گوناگون روزبه‌روز شلوغ‌تر و رقابتی‌تر می‌شوند، برای به‌دست آوردن فرصت‌های شغلی مناسب، نیازمند برند شخصی هستیم. این جاست که برای تمایز یافتن و دیده شدن، به تولید محتوا نیاز پیدا می‌کنیم. البته این سه هدف از هم جدا نیستند؛ مثلاً در برندسازی شخصی، باید دقیقاً به‌صورت کسب‌وکار برای برندهمان برنامه‌ریزی کنیم. در بازاریابی برای کسب‌وکار محتوا محور هم ناگزیر از داشتن برند شخصی قدرت‌مندیم؛ چون در دنیایی زندگی می‌کنیم که در آن محتوا نقشی حیاتی یافته است.

چگونه از محتوا به درآمد برسیم؟

فعالیت به عنوان تولیدکننده محتوا برای تأمین محتوای دیگران

می‌توانیم مهارت خودمان را در حد تولیدکننده حرفه‌ای محتوا ارتقا دهیم تا از جانب کسب‌وکارهای گوناگون سفارش دریافت کنیم. حتی می‌توانیم به صورت نیروی ثابت، به استخدام انواع سازمان‌ها و شرکت‌ها درآییم. خوب است بدانیم که در فضای فعلی کسب‌وکار ایران، به هزاران کارشناس تولید محتوا نیاز است.

فروش محتوا

می‌توانیم در زمینه‌های متنوعی محتواهای کاربردی تولید کنیم و آن‌ها را بفروشیم. می‌توانیم محصول محتوایی‌مان را از طریق پکیج داندودی یا با اشتراک در سایت‌ها یا به وسیله اپلیکیشن بفروشیم. همه کسانی که محصولات آموزشی می‌فروشند، به کمک این راه‌های کسب درآمد، از تولید محتوا سود می‌برند. این نوع از فعالیت محتوایی ممکن است بسیار سودآفرین باشد، به شرط این که برای برند خودمان بازاریابی محتوایی مناسبی انجام داده باشیم.

درآمد غیرمستقیم

در هر شغل و رشته‌ای که هستیم، می‌توانیم برای برند شخصی یا برای شرکتی که داریم محتوا تولید کنیم و با توزیع و ترویج رایگان آن محتوا برندسازی کنیم. در این حالت، محتوا موجب جلب توجه دیگران و معرفی ما به آن‌ها می‌شود. این فرایند اعتمادسازی می‌کند و در نهایت، به فروش منجر می‌شود؛ بنابراین با ارائه رایگان محتوا، غریبه را به آشنا و سپس به مشتری تبدیل می‌کنیم.

مثال: تصور کنیم که می‌خواهیم در دوره‌ای آموزشی شرکت کنیم و هم‌زمان دو مدرس و مؤسسه پیش رویمان هستند. سعی می‌کنیم درباره سوابق آن دو مدرس و کیفیت تدریسشان اطلاعاتی به دست بیاوریم. در چنین موقعیتی، ضمن پرس‌وجو از افرادی که قبلاً شاگرد یکی یا هر دوی آن‌ها بوده‌اند، به جست‌وجوی مجازی درباره هر دو مدرس می‌پردازیم.

حال، تصور کنیم که از مدرس اول جز یک صفحه اینستاگرامی سوت و کور که آن هم فقط شامل چند عکس شخصی است، هیچ اطلاعات دیگری در دسترس نیست؛ اما از مدرس دوم دربارهٔ مهارت مدنظرمان صدها مطلب آموزشی وجود دارد که مدرس در سایت خود و دیگر رسانه‌ها منتشر کرده است.

طبیعتاً به چه کسی اعتماد می‌کنیم؟ محتوای ارزشمند مدرس دوم خواه‌ناخواه باعث می‌شود تا برای او اعتبار و احترام بیش‌تری قائل شویم و به دانش و توانایی او بیش‌تر اعتماد کنیم؛ هرچند ممکن است در عمل، مدرس اول در برخی جنبه‌ها از مدرس دوم کاربلدتر باشد.

این تأثیر محتواست. استعداد و سخت‌کوشی و تخصص مهم‌اند؛ اما بدون محتواسازی و داشتن برند شخصی نیرومند، عملاً کم‌تأثیر و حتی بی‌تأثیر می‌شوند. محتوا اعتمادسازی می‌کند. ما انسان‌ها فقط با افرادی وارد رابطه می‌شویم که به آن‌ها اعتماد می‌کنیم و کیفیت این رابطه است که درنهایت به فروش منجر می‌شود. پس باید محتوا تولید کنیم تا

برند شخصی یا کسب‌وکارمان را بسازیم، حضور خودمان را به جهان اعلام کنیم و ایده‌ها و افکارمان را در گسترهٔ وسیع‌تری نشان بدهیم.

در هر صورت، چه هدف مادی داشته باشیم چه هدف معنوی، محتوا می‌تواند ما را به تحقق اهدافمان نزدیک‌تر کند.

به یاد داشته باشیم:

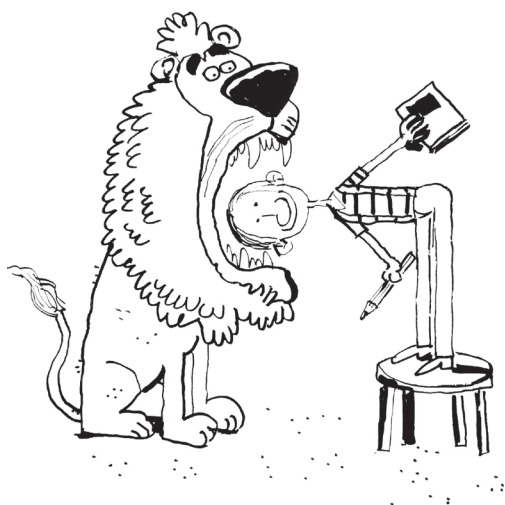
شاید بتوانیم مهم‌ترین ویژگی قدرت محتوا را این‌گونه خلاصه کنیم: محتوا ما را در جایگاهی قرار می‌دهد که به‌جای این‌که «ما» سراغ «مخاطب و مشتری» برویم، مخاطب و مشتری به‌سراغ ما بیاید. قدرت محتوا در افزایش قدرت انتخاب ماست. مثلاً اگر به‌صورت فریلنسر، برای جاهای مختلف صرفاً رزومه بفرستیم، این ماییم که برای انتخاب‌شدن به‌سراغ دیگران رفته‌ایم؛ اما اگر برای خودمان محتوا تولید کنیم و برند شخصی نیرومندی داشته باشیم، این دیگران‌اند که برای درخواست همکاری به‌سراغ ما می‌آیند.

بنابراین با تولید محتوا می‌توانیم به‌صورت غیرمستقیم و به‌طور هوش‌مندانه‌تری، برای انتخاب‌شدنمان تلاش کنیم.

بخش دوم:

شجاعت خلاقیت

شناخت موانع



«تمام حقایق قدیمی اند. فقط اشتباه و خطا ابتکاری است.»

سنکا

شجاعت خلاقیت

ممکن است بگوییم: «من که حرفی برای گفتن ندارم؛ حتی شغل و تخصصی هم ندارم که بخواهم بر پایه آن محتوا تولید کنم.» تا وقتی که شروع نکنیم، نمی‌توانیم بفهمیم؛ پس خودمان را با خیال‌بافی و کمال‌طلبی معطل نکنیم.

شاید همه این بهانه‌ها سرپوشی باشد برای کم‌بود شجاعت لازم برای خلاقیت. فرایند آفریدن و منتشرکردن اثر ترس‌آور است و شجاعت بسیاری می‌خواهد؛ چه بسا بیش‌تر از شجاعت جسمانی. شاید نوشتن یک صفحه متن و انتشار آن، ده برابر بیش‌تر از دعوایی خیابانی با چند دسته گولاخ ترس ایجاد کند و شهامت بطلبد. به نظر می‌رسد که ترس از تولید و ارائه هرگز به‌طور کامل از بین نمی‌رود. چاره چیست؟ ما باید ترسمان را به «ترس آگاهی» تبدیل کنیم. ترس آگاهی پایه شجاعت است.

این سخن خورخه لوئیس بورخس را به یاد داشته باشیم که «هیچ فضیلتی برتر از شجاعت نیست.»

گاهی برای فهم بهتر یک نقل قول به نقل‌های دیگری نیاز است:

رولو می در کتاب شجاعت خلاقیت می‌نویسد: «شجاعت فضیلت یا ارزشی در میان سایر ارزش‌های شخصی نظیر عشق یا وفاداری نیست، بلکه اساسی است که زیربنای همه فضیلت‌ها و ارزش‌های شخصی دیگر است و به آن‌ها واقعیت می‌بخشد. بدون شجاعت، عشق در ما به شکل وابستگی محض، رنگ می‌بازد. بدون شجاعت، وفاداری مان به سازشگری بدل می‌شود. شجاعت است که تحقق همه فضیلت‌های روانی انسان را ممکن می‌سازد. بدون شجاعت، ارزش‌های دیگر آدمی صرفاً به رونوشتی از فضایل تبدیل می‌شود.»

ولی نه، این قطعه کافی نیست. باید درباره موانع خلاقیت بیش‌تر حرف بزنیم.



چگونه با یادگیری خودمان را گول می‌زنیم؟

من از این جور حرف‌ها زیاد می‌شنوم:

«حالا زوده! من فعلاً دارم یاد می‌گیرم. حالا سَنیه که من باید تجربه کنم.»

«باید خاک این کار رو بخورم. فلانی ده سال فلان جا حَمّال بوده که حالا به این جا رسیده.»

حالا بیایم به زیرمتن جملات بالا فکر کنیم:

همین «من فعلاً دارم یاد می‌گیرم» تسکین‌دهنده‌ترین بهانه در جهت تبلی و تعلل است.

هرآزگاهی دوسه‌تا کتاب را ورق می‌زنیم، گذرمان به دوسه‌تا کارگاه و کلاس هم می‌افتد؛ اما قدم از قدم بر نمی‌داریم. برای فرار از حالِ دل‌به‌هم‌زنِ خودمان، یادگیری را بهانه می‌کنیم به این امید که بالاخره روزی خیلی قوی ظاهر شویم! بعد، هرآزگاهی که سرمان را از برف بیرون می‌کشیم، می‌بینیم افرادی با امکانات کم‌تر، سن کم‌تر و حتی مهارت کم‌تر از ما، هزاران کیلومتر پیش‌تر رفته‌اند و ما در توالیِ بین‌راهی جا مانده‌ایم و به انتظار یادگیری، سوار اتوبوس نشده‌ایم.

در فرایند یادگیری مؤثر، چیزی به نام «دریافتِ ذهنیِ صرف» ارزشی ندارد. اگر چیزی را آموختیم و آزمودیم، یعنی بلدیم؛ وگرنه اسمِ چه چیزی را گذاشته‌ایم «یادگیری»؟! بهتر است خودمان را با بهانه یادگیری گول نزنیم.

«من در تکاپوی انجام کار هستم» خیلی ارزش‌مندتر از «من در حال یادگیری هستم» است. در اولی، اگر یادگیری چاشنی کارمان باشد، موفق می‌شویم و اگر نباشد، از رده خارج می‌شویم؛ اما در دومی، بدون هیچ نمود بیرونی، می‌توانیم سال‌های سال خودمان را گول بزنیم و حتی حس خوبی هم داشته باشیم. خاک‌خوری هم از آن بهانه‌هاست که ممکن است تا پایان عمر سرمان را گرم و دلمان را سرد کند.

دوستی داشتم که با داشتن انبوهی از کتاب‌ها، به جای داشتن کارِ شخصی مناسب و ایده‌های خوب، درنهایت به کارمند بی‌انگیزه یک سازمان تبدیل شد. آفتابه‌لگن هفت دست، شام و ناهار هیچی. چرا؟ چون دوباره با یکی دوتا جمله قشنگ، ترس و تبلی خودش را پوشاند. خودش را توجیه می‌کرد که فلان آدم موفق هم سال‌ها کارمندی کرده و حمالی کرده و جان‌کنده. حالا برای من هم زود است که از الان کار خودم را

شروع کنم. من فعلاً دارم یاد می‌گیرم.
باش تا صبح دولتت بدمد!

در روزگاری که می‌توانیم در یک روز پروژه بزرگی را در فضای اینترنت شروع کنیم و ظرف مدتی کوتاه، تمام ظرفیت‌های آن را بسنجیم، چرا باید با ترس و تنبلی راه آدم‌های ماقبل اینترنت را برویم و با سال‌ها کارمندی در سازمان‌های عقب‌افتاده، معطل یادگیری باشیم؟! بسیاری از کارها را دیگر نیازی نیست تجربه کنیم. اوضاع تغییر کرده است. برای آزمودن شاق‌ترین کارها، یک لپ‌تاپ آنلاین کفایت می‌کند. پس می‌بینیم که یادگیری به‌طوری مضحک، توجیه‌کننده تنبلی شده است: من دارم یاد می‌گیرم؛ پس هیچ کاری نمی‌کنم. (یادگیری برای یادگیری!)

ولی من به خودم اجازه نمی‌دهم:
به‌بهانه یادگیری، از معلم بکاهم.
تنبلی و تعلل را با یادگیری توجیه کنم.

به‌بهانه تجربه، به کارمندبودن در هر جایی تن بدهم.
امکانات و ظرفیت‌های اینترنت را دست‌کم بگیرم.
به‌بهانه خاک‌خوری، کاری ناب‌خردانه و اشتباه را ادامه بدهم.

سِت گادین جمله‌ای گفته که الهام و قدرت بسیاری در آن نهفته است: «استبداد انتخاب‌شدن را کنار بگذاریم. خودمان انتخاب کنیم»؛ یعنی منتظر نباشیم تا دیگران به سراغ ما بیایند؛ ما شروع‌کننده باشیم و دیگران را انتخاب کنیم.
غالباً همه ما تلاش می‌کنیم به سطحی برسیم که دیگران ما را انتخاب کنند. مدرک می‌گیریم تا راحت‌تر انتخاب شویم، رزومه می‌سازیم تا راحت‌تر انتخاب شویم، به هر سازی می‌رقصیم تا راحت‌تر انتخاب شویم....

سِت گادین می‌گوید: «دیدگاه من را انتخاب کن قدرت سیستم را تصدیق می‌کند.»
آغازگرها در فکر اثبات شایستگی خودشان به دیگران نیستند، درصدد پیوستن به مسیرهای از قبل طراحی‌شده هم نیستند، بلکه ابتکار عمل دارند و در مسیرهای تازه‌ای قدم می‌گذارند. می‌توانیم سرمان را مثل کبک زیر برف کنیم و مدام دنبال این باشیم که یکی برایمان شغل و آب‌باریکه جور کند، یا برعکس، واقعاً جسورانه بخوانیم و بیندیشیم؛ حتی اگر از منظر دیگران، تمام کارهایمان مثل انداختن سنگ در مرداب، بیهوده به نظر برسد.
حالا برویم س‌وقت کمال‌طلبی!

شکنجه مدام

اگر بدون سال‌ها کار جدی و مداوم در یک حوزه، از خودمان توقع داریم کار خوب و کم‌نقصی انجام دهیم، احتمالاً داریم خودمان را شکنجه می‌دهیم. فریدریش شیلر گفته است: «آن که می‌خواهد استاد شود، باید خیلی زود دست‌به‌کار شود.»

می‌توان گفت که اولین فعالیت‌های ما در هر حوزه‌ای، حتی پس از سال‌ها تراشیدن مداد و تیز کردن تبر، خام‌دستانه به نظر خواهد رسید؛ یعنی بین کارهای کسی که چند سال در پستو درگیر یادگیری بوده و کار کس دیگری که پس از چند ماه یادگیری، پی‌گیر کار شده، تفاوت چندانی وجود ندارد. دلیل این قضیه هم مشخص است:

فاصله بین کارکردن در خلوت شخصی، با ارائه کردن اثری به صورت عمومی، به اندازه فاصله هسته زمین تا هفتمین طبقه آسمان است. مسلماً دیگران چشم به پرده‌برداری از نخستین آثارمان ندوخته‌اند؛ اما حتی اگر یک مخاطب هم نداشته باشیم، بیرون کشیدن داشته‌ها از پستو و پهن کردن آن‌ها جلوی آفتاب، سرعت یادگیری و تحولمان را چند برابر می‌کند و چنین تغییری، یعنی پایان توهم و آغاز رشد.

هیچ‌کس ننشسته تا بابت تک‌تک کارهای ضعیفمان چوب‌خط بکشد. اصولاً تا وقتی به سطحی از استاندارد نرسیده‌ایم، کسی برایمان تره هم خرد نمی‌کند؛ البته بعداً هم تضمینی بر خرد کردن تره نیست؛ اما توصیه می‌شود که «یک سال بخور نون و تره» تا بعد، کسی یا کسانی احتمالاً با «نون و کره» سراغمان را بگیرند.

بخش سوم:

نوشتن

نکات مهمی که باید درباره نوشتن بدانیم

«نوشتن نیاز به دیگران است.»

پل والری

برای موفقیت در هر کاری، باید درباره آن بنویسیم

منظورم فقط نوشتن لیست اهداف نیست؛ حتی می‌توانیم از نوشتن یادداشت‌های شخصی هم فزاینده‌تر برویم و به تولید و نشر محتوا فکر کنیم. چرا؟ چون نوشته‌ای که منتشر می‌شود، خصوصاً در فضای اینترنت، می‌تواند حالتی مغناطیسی پیدا کند. ویلیام کلیمنت استون می‌گوید: «به دیگران بگویید که می‌خواهید چه کار کنید...». سرانجام، یکی پیدا می‌شود که بخواهد به شما کمک کند تا به خواسته و آرزویتان برسید.»

پس به جای خرافه‌بافی‌های بدون استدلال درباره «قانون جذب»، می‌توانیم به بهره‌بردن از «قانون جذب با محتوا» فکر کنیم، آن هم نه با نوشتن در دفترچه شخصی، بلکه با نوشتن در وب و شبکه‌های اجتماعی و هر جایی که بتوانیم مطالبمان را در معرض دید عموم قرار دهیم. بنابراین اگر حس می‌کنیم در بن‌بست گیر افتاده‌ایم و دیگران به ما توجهی ندارند و به همراهی و همکاری نیاز داریم، همین الان شروع کنیم به تایپ کردن.

آلبرت آلزولو بارابسی رفته و خودش را کشته تا فرمول موفقیت را کشف کند! و در نهایت به این رسیده که موفقیت یعنی «ساختن شبکه‌ای مؤثر از روابط انسانی».

محتوا نوعی درخواست است برای هم‌داستان ساختن دیگران با خودمان. صفحه‌کلید ما می‌تواند بهترین دوستان دنیا را به ما پیش کش کند.

خوب نوشتن یکی از کلیدهای ایجاد روابط گسترده و اثربخش در دنیای جدید است.

آیا می‌توانیم دربارهٔ موضوعاتِ خودمان جملات ساده و نغز بنویسیم؟

یکی از بهترین شیوه‌های تأثیرگذاری با محتوا، نوشتن جملات کوتاه است. جملات کوتاه راحت خوانده می‌شوند و اگر زیبا باشند، با سرعت و سهولتِ بیش‌تری هم‌رسانی می‌شوند.

بیایید، نوشتن جملات کوتاه را تمرین کنیم. برای این کار، اول از همه، تا می‌توانیم جملات قصار بخوانیم. بعد سعی کنیم واکنش خودمان را به موضوعات مختلف، در قالب جملات کوتاه بنویسیم.

دونالد ام. موری می‌گوید: «به احساسات اجازه بده افکارت را شعله‌ور کنند.» به واکنش‌هایمان در برابر جهان اطراف، حساس باشیم. وقتی دربارهٔ موضوع یا مسئله‌ای حس خاصی در ما ایجاد شد، گمان نکنیم همه همین حس را دارند. احساسات خودمان را متمایز از دیگران بدانیم. اگر واکنش خودمان را خاص بپنداریم، احتمال این‌که بتوانیم دیدگاه تازه‌ای خلق کنیم افزایش می‌یابد.

وقتی گمان می‌کنیم حرف کسی جاهلانه است و مخالف آن می‌شویم، وقتی به آسمان نگاه می‌کنیم و غرق بی‌کرانگی آن می‌شویم، وقتی در اینستاگرام پُست جفنگی می‌بینیم و عصبانی می‌شویم، از کنار احساسات خود نگذریم. از خودمان سؤال کنیم: «چرا حس کردم فلان حرف ابلهانه است؟ چرا آسمان این‌همه برایم جذاب است؟ چرا بابت آن پست مسخره عصبانی شدم؟» و علت احساسات آن لحظه‌مان را کشف کنیم. سپس واکنش‌های خودمان به جهان پیرامونمان را در قالب جملات کوتاه یا هر قالب دیگری ثبت کنیم.

با این روش، می‌بینیم که نوشتن و تولید محتوای اصیل چه‌قدر سهل‌تر و در عین حال، لذت‌بخش‌تر می‌شود.

حالا برویم چند نمونه جملهٔ کوتاه بخوانیم.

شاید برایمان الهام بخش باشد

والتر بنیامین می گوید: «نگذار هیچ اندیشه‌ای از ذهنت به صورت ناشناس بگذرد. آن را در دفترچه یادداشتت، با همان جدیتی بنویس که مأموران امنیتی اسامی اتباع خارجی را ثبت می‌کنند.»

وقتی تمام نکات بزرگ و کوچک زندگی را در قالب جملات کوتاه به بند می‌کشیم، پس از مدتی کتابی الهام‌بخش پدید می‌آید که خودمان بهترین خواننده آن خواهیم بود.

من جملات کوتاه را اول در سایت «جمله‌ورزی» می‌نویسم و سپس در توییتر و اینستاگرام بازنشر می‌کنم. بیایم برخی از جملات را بخوانیم: محتوا شاهره تأثیرگذاری است (بله؛ ایده این کتاب ابتدا در قالب همین جمله کوتاه به ذهنم رسید).

عامل اصلی تمایز ما روحی است که در کارهایمان می‌دمیم. بهره‌وری یعنی بهترین ساعات روزمان را صرف شبکه‌های اجتماعی نکنیم. «نوشتن» نوعی واکنش کلامی به دنیا و زندگی است. اگر ننویسیم و دور نریزیم، از فشار حافظه می‌میریم. خواندن و نوشتن جان‌پناهی است در دل جریان هولناک روزمرگی. با ناچیز شمردن دست‌آوردهای دیگران، نمی‌توانیم کم‌کاری‌مان را توجیه کنیم. با قطع و وصل کردن جریان انتشار محتوا، هر بار مجبور می‌شویم از صفر آغاز کنیم. محتوا با کار پیوسته به نتیجه می‌رسد.

نوع خاصی از وجاهت هست که فقط با خوب نوشتن پدیدار می‌شود. در گوشه‌ای از خانه یک مثلث برمودا بسازیم تا وقتی در آن رفتیم، از زمین و زمان جدا شویم و فقط روی کارمان تمرکز کنیم.

سه ترفندک

گاهی هر کاری می‌کنیم، دستان به نوشتن نمی‌رود؛ اما بعضی بازی‌ها و ترفندهای ساده می‌توانند رغبت‌مان به نوشتن را افزایش دهند. برخی از این کارها را با شما در میان می‌گذارم:

۱. بازی با علامت‌ها

این جوری بنویسیم: به جای نقطه، از دو نقطه استفاده کنیم: همین کار ساده، اشتباهی نوشتاری‌مان را چند برابر می‌کند: به آن فکر نکنیم: انجامش بدهیم: چرا منتظریم: همین الان شروع کنیم به نوشتن: آماده باشیم تا غافل گیر شویم.

۲. برگهٔ نت نویسنده

تصور کنیم که مثل نوازنده، برگهٔ نُتی را در برابر خودمان گذاشته‌ایم و می‌خواهیم از روی آن بنوازیم (ترجمه: بنویسیم!).

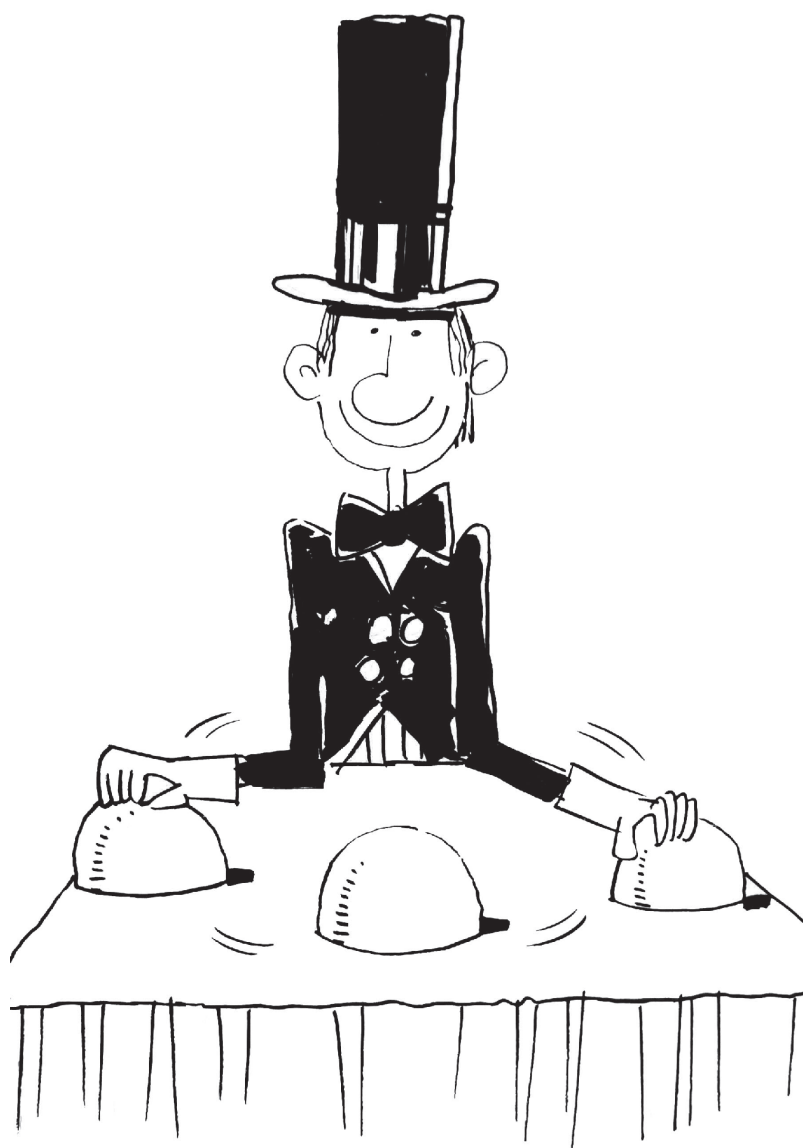
روی برگهٔ نُتمان باید فهرستی از همهٔ موضوعاتی باشد که می‌خواهیم دربارهٔ آن‌ها محتوا تولید کنیم.

بیاید به گوشه‌ای از برگهٔ نُت من نگاه کنیم:

فهرست من: کتاب و کتاب‌خوانی، یادگیری، نوشتن، نویسندگی، تولید محتوا، توسعهٔ فردی، تمایز، وبلاگ‌نویسی، تأثیرگذاری و... .

۳. از حال بد به حال خوب

وقتی حالمان بد می‌شود، دلمان می‌خواهد چیزهایی بخوانیم و ببینیم و بشنویم که قدری کمک‌حالمان باشند و از استیصال و پریشانی‌مان بکاهند. اگر در این لحظات نیازهایمان را به خاطر بسپاریم، بعد که بهتر شدیم، می‌توانیم کار خوب بکنیم: دست به خلق بخشی از چیزهایی بزنیم که دلمان می‌خواسته کمک‌حالمان باشند تا با این کار، برای بهبود احوال کسانی که مانند گذشته ما، الآن به خواندن و دیدن و شنیدن چیزهایی نیاز دارند، گام کوچکی برداریم و قدری از استیصال و پریشانی‌شان بکاهیم.



ایجاد نظم‌ی پایدار برای نوشتن

بیا باید دستانمان را بگذاریم روی کاغذ یا صفحه‌کلید و بی‌وقفه، درباره‌ی هر چیزی که در ذهنمان می‌گذرد بنویسیم. این نرمش روزانه‌ی ماست که اگر کمی طولانی‌تر شود، چه بسا ورزش فکری تمام‌عیاری می‌شود. من تمام نوشته‌هایم را از دل فرایند «آزادنویسی» به دست آورده‌ام.

یک الگوی کاربردی:

برنامه‌ی نویسندگی‌مان را در سه سطح تنظیم کنیم:

خرد: ۵ دقیقه یا ۵ خط (یا ۵۰ کلمه)

خوب: ۲۵ دقیقه یا ۲ صفحه (یا ۵۰۰ کلمه)

عالی: ۹۰ دقیقه یا ۸ صفحه (یا ۲۰۰۰ کلمه)

هر روز هر سه گزینه را همیشه پیش چشم داشته باشیم و بسته به توان و انرژی‌مان یکی از گزینه‌ها را برای انجام دادن انتخاب کنیم.

ولی مهم‌ترین نکته‌ی موفقیت با این شیوه را از یاد نبریم: حالت خُرد درست به‌اندازه‌ی حالت عالی اهمیت و ارزش دارد.

در اصل، عادت خُرد است که ضامن تبدیل شدن نوشتن به عادت روزانه است؛ پس همیشه، بعد از انجام آن احساس پیروزی کنیم. هیچ گاه وجدان درد نداشته باشیم که چرا چند روز است فقط در سطح خُرد مانده‌ایم. گاهی برای تجدیدقوای نوشتاری، باید به عادت‌های ریز بسنده کنیم. همیشه نمی‌توانیم خرواری کار کنیم.

پس خودمان را نیاز داریم و برای خودمان حکم صادر نکنیم که من باید هر روز مثل آنتونی ترالاپ، رمان‌نویس انگلیسی، تحت هر شرایطی سر فلان ساعت چند هزار کلمه بنویسم. این شیوه اشتباه است و ممکن است، پس از چند بار اجرا نشدن، اعتماد به نفسمان را نابود کند و باعث شود دیگر سراغ نوشتن نرویم.

اما نکته‌ی جالب این است که وقتی هر سه گزینه را پیش رو داریم، بسیاری از روزها حس جالبی از رقابت و بازی در ما شکل می‌گیرد. می‌بینیم که بعد از ۵ دقیقه نوشتن، دلمان می‌خواهد کمی دیگر بنویسیم و به سطح متوسط برسیم؛ اما اگر هم نرسیدیم، فدای سرمان! مهم حفظ ریزترین شکل عادت نوشتن است.

اگر در طول ماه، دوسه تمرین نوشتاری عالی هم انجام دهیم، کافی است.
 من این ایده درجه یک را از استفان گایز وام گرفته‌ام. امتحانش کنیم. با این کار، فرایند
 عادت‌سازی درونمان برای همیشه دگرگون خواهد شد.
 اگر از این الگو پیروی کنیم، حتی آغاز جنگ جهانی سوم هم تأثیری روی برنامه
 نویسندگی ما نخواهد گذاشت!
 نظم فیزیکی به نظم ذهنی هم منجر می‌شود و به‌مرور زمان، بهترین ایده‌ها را به
 ارمغان می‌آورد.
 اما برای خوب و منظم نوشتن، به چند نکته دیگر هم نیاز داریم.



سؤال نویسی؛ شیوه‌ای برای رشد کردن با نوشتن

سؤالات را تغییر بده تا زندگی‌ات تغییر کند. این عنوان کتابی از دکتر ماریلی آدامز است.

نوشتن چه بسا سراسر پرسیدن باشد. بنا نیست همیشه برای هر سؤالی پاسخی در آستین داشته باشیم. صدا البته با طرح پرسش، شانس خودمان را برای دستیابی به پاسخ افزایش می‌دهیم.

پیش نهاد: هر وقت احساس درماندگی و افسردگی کردیم، دست به قلم شویم و رگ بارگونه سؤال بنویسیم. سعی کنیم با طرح سؤال، تمام دغدغه‌ها و نگرانی‌هایمان را بیاوریم روی کاغذ.

من در ادامه، برای روشن شدن موتور سؤال نویسی‌ام، پرسش‌هایی را طرح می‌کنم تا ما هم با دیدن این نمونه‌ها، سؤالات خودمان را بنویسیم.

چگونه می‌توانم ذهن خودم را خلوت‌تر و آرام‌تر کنم؟

چگونه می‌توانم کارهای عقب مانده‌ام را با تشویش کم‌تری انجام بدهم؟

چگونه می‌توانم فرصت و نیروی لازم را برای پیاده‌روی فراهم کنم؟

چگونه می‌توانم به حواس‌پرتی‌ها تن ندهم و به کار خودم بپردازم؟

چگونه می‌توانم به جای سرزنش خودم، روی بهبود عمل کردم تمرکز کنم؟

چگونه می‌توانم پشت سر اولویت‌هایم گام بردارم و نگذارم حساب کارها از دستم خارج شود؟

چگونه می‌توانم کارهای دودقیقه‌ای را در لحظه انجام بدهم و به بعد موکول نکنم؟

چگونه می‌توانم در نظم و برنامه‌ریزی به ثبات و پایداری برسم و به جای این‌که مدام

دنبال شیوه‌های تازه باشم، برای اجرای کامل و طولانی مدت شیوه‌ای که بلدم، بکوشم؟

چگونه می‌توانم از اهدافم فهرست دقیقی بنویسم و آن را مدام مرور کنم؟

چگونه می‌توانم برنامه خوابم را تنظیم کنم و در مناسب‌ترین زمان ممکن بخوابم و

بیمار نشوم؟

چگونه می‌توانم به جای بی‌حوصلگی و کلافگی در انجام کارهای سخت، آن‌ها را

اندک‌اندک انجام دهم؟

چگونه می‌توانم به هنرم برسم و هر روز برای خلق آثار هنری زمان صرف کنم؟

چگونه می‌توانم پرسش‌هایم را کنار نگذارم و مدام در جست‌وجوی یافتن پاسخی مناسبی

برای آن‌ها باشم؟



قطعه‌قطعه پیش برویم

قطعه‌نویسی شیوه‌ای برای نوشتن هر متنی است. منسجم‌ترین کتاب هم چیزی جز قطعات به هم پیوسته نیست. تصور من از قطعه بی‌شبهات با نقش پاراگراف نیست. البته که هر قطعه ممکن است از چند خرده‌پاراگراف تشکیل شده باشد.

قطعه‌نویسی را یاد بگیریم. من این کتاب را قطعه‌قطعه نوشتم و درنهایت، متن آن را از میان صدها قطعه گوناگون بیرون کشیدم؛ حتی شکل ارائه کتاب هم قطعه‌قطعه است. می‌خواستم این کتاب نمونه‌ای از اجرای همین روش باشد. با قطعه‌نویسی، می‌توانیم از پس نگارش هر کتابی بر بیاییم.

من بعضی اوقات، برای نگارش کتاب، مشاوره خصوصی می‌دهم. چندی پیش، در یکی از تماس‌هایم، به دوستی که ذهنش پر از حرف و ایده بود، اما نمی‌دانست چگونه به آن‌ها ساختار بدهد و کتاب خود را بنویسد، پیش‌نهاد دادم که شروع کند و بی هیچ نظم و ترتیبی، فقط یکی از ایده‌هایش را در قالب قطعه‌ای کوتاه یا نیمه‌بلند بنویسد و هر بار که چیزی به ذهنش رسید، دوباره به همین ترتیب عمل کند.

این روش درست مانند ساختن پازل است. باید ابتدا قطعه‌ها را در اختیار داشته باشیم تا تصویر را بسازیم. پس اول، قطعه‌ها را آماده کنیم. با داشتن قطعه‌های کوتاه و بلند و متنوع، می‌توانیم درنهایت به کتابمان شکل دهیم.

برای تأثیرگذاری، دایره لغاتمان را افزایش بدهیم

واژه ابزار اصلی کار نویسنده است. حتی اگر قصد نویسنده شدن هم نداشته باشیم، باز هم برای تفکر غنی تر و ارتباطات اثربخش به گنجینه گسترده ای از کلمات نیازمندیم. پس باید هوش کلامی مان را تقویت کنیم. هوش کلامی یعنی استفاده هوشمندانه از کلمات. هر فردی که بتواند از واژه ها به بهترین شکل ممکن برای بیان مقصود خود و رسیدن به اهدافش بهره بگیرد، هوش کلامی بیش تری دارد.

مارتین هایدگر می گوید: «انسان در خانه زبان زندگی می کند.»

میزان درک و فهم هر انسانی از جهان هستی با گسترش دامنه واژگان وی افزایش می یابد. برای نویسنده که اصلی ترین ابزار کارش واژه است، گسترش دایره واژه ها اولویتی همیشگی است. نوشتن و تولید محتوا، خصوصاً خوب و مؤثر نوشتن، بدون تسلط کلامی بسیار، تقریباً محال به نظر می رسد.

شخصیت اصلی فیلم «مارتین ایدن»، در ابتدای مسیر یادگیری نویسندگی، برای معشوقه اش می نویسد: «می خواهم از حرکت بی پایان خودم در قلمرو آموختن برایت بگویم. مطالعه می کنم مانند ماهی گیری سیری ناپذیر. کلمات جدید را یادداشت می کنم، هر کدام را به یک دوست تبدیل می کنم، با آن ها وقت می گذرانم و هر جا که مناسب باشد، انتخابشان می کنم تا با آن ها چیزهایی را که می بینم بهتر شرح بدهم.»

خب، حالا برای غنی کردن دایره لغاتمان چه کنیم؟

تمرین کلمه‌برداری

«کلمه‌برداری» عنوانی است که من روی برنامهٔ افزایش دامنهٔ واژه‌های فعالم گذاشته‌ام. کلمه‌برداری را می‌توانیم روشی کاربردی و ساده برای مطالعه و یادداشت‌برداری نیز بدانیم.

در فرایند کلمه‌برداری، حین مطالعه و شنیدن سخن‌رانی آدم‌های فرهیخته، کلمات و عبارات و جملاتی را که به نظرمان تازه و جالب می‌رسند، در دفترچه‌ای ثبت کنیم. سپس گاه‌به‌گاه، در میان گفت‌وگوها و نوشته‌هایمان، از همین کلماتی که به غنیمت برداشته‌ایم، به‌جا و به‌تناوب استفاده کنیم.

اما آیا برای افزایش دامنهٔ واژگان باید به‌سراغ کلمات منسوخ و مهجور برویم که به گوش کم‌تر کسی خورده‌اند؟ یا نه، بیش‌تر باید تمرکزمان روی طیف دیگری از واژه‌ها باشد؟

به نظر می‌رسد که بهتر است بیش‌تر انرژی‌مان را برای فعال کردن واژه‌های غیرفعال خودمان صرف کنیم؛ برای به‌یادآوردن کلماتی که هرچند با آن‌ها آشناییم و حتی معنی‌شان را درست و دقیق بلدیم، اما در گفتار و به‌ویژه در نوشتار، آن واژه‌ها را به کار نمی‌بریم. فرایند کلمه‌برداری به ما کمک می‌کند تا این کلمات غیرفعال را به دامنهٔ واژگان فعال خود بیفزاییم.

هر متنی که برایمان جذاب و جالب به نظر می‌رسد، معمولاً برای کلمه‌برداری مناسب است.

فراخوان واژه‌ها

واژه‌ها را دوست بداریم؛ حتی برخی از آن‌ها را ببوسیم.
 هر واژه ایده‌ای بالقوه است. برای پروراندنش بکوشیم.
 به همه واژه‌های بیگانه بدبین نباشیم؛ اما از استواری ساختمان زبان غافل نشویم.
 واژه‌ها را برای آزار دیگران به کار نگیریم. آن‌ها غمگین می‌شوند و ممکن است با ما قهر کنند؛ واژه‌ها را می‌گوییم.
 از نوشتن چیزهای ضعیف و ناقص نترسیم. واژه‌ها از بی‌توجهی ما بیش‌تر آزرده می‌شوند.
 همه واژه‌ها خوب‌اند. حتی به فحش‌ها بدبین نباشیم، آن‌ها تأثیر مثبتی بر تنظیم روح و روان بشر دارند.
 هرازگاهی سراغ فک‌وفامیل واژه‌ها را هم بگیریم.
 عشق به واژه‌ها را با بیش‌تر و بهتر نوشتن نشان بدهیم.
 واژه‌ها از ما باهوش‌ترند. با آن‌ها سرسری برخورد نکنیم.
 واژه‌ها خوش دارند که با آن‌ها زیبایی خلق کنیم؛ پس خوش‌حالتان کنیم.
 برای ورود هر واژه تازه به دامنه واژه‌هایمان، فرش قرمز پهن کنیم.
 به بعضی واژه‌ها معنای تازه‌ای بدهیم.
 با تبدیل هر قطره از اشک‌هایمان به واژه، اشک‌ها و واژه‌ها را ارج بنهیم.
 بعضی واژه‌ها را در گلدان بکاریم و به آن‌ها همیشه آب بدهیم.
 بگذاریم واژه‌ها افکارمان را دگرگون کنند.
 به هر واژه به‌چشم اختراعی شگفت‌انگیز نگاه کنیم.
 فهرستی از واژه‌ها موردعلاقه‌مان داشته باشیم.
 از تکرار واژه‌ها نترسیم. در تکرار واژه‌های تازه‌ای کشف می‌کنیم.
 بیندیشیم که چه عیبی دارد اگر گاهی برای یافتن واژه‌ای مناسب، یک روز تمام معطل بمانیم.

سعی کنیم با ساختن تعابیر و پروردن معانی با واژه‌ها، به دیگران هدیه‌ای ارزنده بدهیم. به اولین واژه‌ای که می‌نویسیم راضی نشویم، بلکه به سایر واژه‌ها هم فکر کنیم: «گر نپسندی، به از آنت دهند.»

واژه‌ها شیفته آن‌اند که بعد از نوشته‌شدن، با صدای رسا خوانده شوند. این شیفتگان را دریابیم.

از تماشای واژه‌هایی که به زیبایی در کنار هم نشسته‌اند، به اندازه تماشای طلوع و غروب خورشید لذت ببریم.

واژه‌های متنوع را سوار اتوبوس کنیم و دسته‌جمعی به گردش خارج از شهر برویم.

تنهاماندن واژه بهتر از حضور اجباری آن در جمع واژه‌های نامتناسب است. بگذاریم با تنهایی‌اش خوش باشد.

با واژه‌ها بازی کنیم؛ اما دغل بازی نه.

بپذیریم که واژه‌ها به سوءتفاهم‌های بسیاری راه می‌دهند؛ اما چاره‌ای نیست، بدون آن‌ها محکومیم به بازگشت به عصر حجر و عقب‌گرد به صدها هزار سال قبل.

میان باور و گفتار و رفتارمان انسجام ایجاد کنیم تا مرتکب خیانت به واژه‌ها نشویم.

بعضی واژه‌ها را به دوستانی صمیمی تبدیل کنیم.

بگذاریم دیگران با شنیدن برخی واژه‌هایی که می‌پسندیم، یاد ما بیفتند. دوست داریم کدام واژه‌ها تداعی‌کننده ما باشند؟

این سه نکته را از یاد نبریم

۱. نوشتن و ننوشتن

از وقتی پا به عرصه نویسندگی می‌گذاریم، تمام لحظاتمان به دو بخش تقسیم می‌شود: لحظه‌هایی که صرف نوشتن می‌کنیم و لحظه‌هایی که از نوشتن طفره می‌رویم.

۲. آمادگی برای بازنویسی

پیش‌نویسِ اولِ هر متنی سرشار از بی‌سلیقه‌گی است. نویسنده حرفه‌ای کسی است که تحمل این بی‌سلیقه‌گی‌ها را دارد؛ چون خودش را برای بازنویسی‌های مکرر متن آماده می‌بیند.

۳. ایجاد محیطی مساعد برای نوشتن

خودمان را با کاغذ و قلم محاصره کنیم؛ حصر کاغذی! اگر من را دیده باشید، حتماً یک خروار کاغذ و قلم را هم دوروبرم دیده‌اید. این‌ها اصلاً مجال نمی‌دهند که من یک دم از خیال نوشتن دور بیفتم. هر قدر محیط خود را با نوشتن سازگارتر کنیم، شروع و تمرین نوشتن از ما انرژی و انگیزه کم‌تری می‌طلبد؛ چون خواه‌ناخواه به سمت نوشتن کشیده می‌شویم. همین الان ببینیم کجاهای خانه می‌توانیم کاغذ و کتاب و قلم بگذاریم. در همه کجایان حتماً دفترچه و خودکار بگذاریم. همیشه کنار رخت‌خوابمان ابزار و ادوات نویسندگی هم داشته باشیم. با نوشتن بخوابیم. با نوشتن بیدار شویم. با نوشتن زندگی کنیم.

از این شش کار پرهیزیم تا نوشتن کلافه‌مان نکند

من که هنوز هم آدم نشده‌ام. (اصلاً کدام آدم را سراغ داریم که آدم بشود؟! گاهی در افکار و امیالم پُرسه می‌زنم تا ایده‌ای به ذهنم برسد و بر اساس آن، نوشتن را شروع کنم. دریغ که خودم هزار بار نوشته‌ام: «نوشته هنگام نوشتن شکل می‌گیرد.» به‌گمانم اگر به این شش نکته‌ای که در ادامه فهرست کرده‌ام توجه کنیم، به‌احتمال قوی نه نوشتن، بلکه «ننوشتن» کلافه‌مان می‌کند.

۱. منتظر ایده نمانیم و شروع کنیم

اگر می‌خواهیم به نویسنده‌ای حرفه‌ای و پُرکار تبدیل شویم، نباید صبر کنیم. ایده را حین نوشتن بسازیم. انتظار برای یافتن ایده زندگی را زهرمان می‌کند؛ زیرا دیگر نمی‌توانیم روی هیچ کار دیگری درست‌وحسابی تمرکز کنیم. به نوشتن اعتماد کنیم. سوژه را حین نوشتن کشف کنیم. با مقداری آزادنویسی شروع کنیم و از خود نوشتن بخواهیم ایده مناسب را در اختیارمان بگذارد.

۲. درباره نتیجه کار خیال‌بافی نکنیم

وقتی می‌نویسیم، فقط به خود متن فکر کنیم. بسیاری از ما، هم قبل از نوشتن، هم حین نوشتن، هم بعد از نوشتن، مدام به نتایج کار فکر می‌کنیم: «این نوشته چه قدر لایک می‌خوره؟» «آگه بذارمش توی اینترنت، کسی ایده‌م رو نمی‌دزده؟» «این کتاب رو چه جوری چاپ کنم؟» «آگه کتابم چاپ بشه، براش تو فلان سالن جشن رونمایی بگیرم؟» «آگه کتابم رو چاپ کردم و حتی یه نفر هم نخوندش، چی کار کنم؟» «آگه بعداً از چاپ این نوشته پشیمون بشم چی؟» «آگه فلانی این نوشته رو ببینه چی فکر می‌کنه؟» و هزار نشخوار ذهنی مثبت و منفی دیگر....

درباره شکست و موفقیت کار خیال‌بافی نکنیم. ما نویسنده‌ایم. پس بهتر است فقط درباره نوشته‌مان فکر کنیم و برای بهبودش وقت بگذاریم. فکرکردن به نتیجه، ما را از دل‌سپردن به خود کار دور می‌کند. قوه تخیلمان را صرف خود نوشتن کنیم، نه فکرکردن به نتایج نوشتن.

۳. در تحقیق و آمادگی زیاده‌روی نکنیم

نوشتن هر متن خوبی نیازمند تحقیق، مطالعه، بررسی و آمادگی است؛ اما بنا نیست خودمان را در این مرحله هلاک کنیم. هر قدر هم که زور بزنیم، نمی‌توانیم همه منابع‌ها را بخوانیم و درباره همه چیز تحقیق کنیم. پس باید حد معینی را در نظر بگیریم و از جایی به بعد، ترمز را بکشیم و به اصل کار پردازیم. استیون پرسفیلد، نویسنده کتاب نبرد هنرمند، قانون جالبی دارد که من آن را بسیار می‌پسندم: فقط سه کتاب. اجازه داریم درباره موضوعمان فقط سه منبع را مطالعه کنیم. بعد از آن، باید کارمان را شروع کنیم. البته بسته به کارمان، حجم منابع متغیر خواهد بود؛ اما در هر صورت نگذاریم که منبع به مانع تبدیل شود. به قول توآیلا ثارپ، نویسنده کتاب عادت خلاق، «از نویسندگانی نباشید که ساحل امن تحقیقات را به دریای طوفانی نویسندگی ترجیح می‌دهند.»

۴. از سرعت تایپ و زیبایی خط غافل شویم!

هزاران هزار تاییست حرفه‌ای و خطاط درجه یک داریم که می‌توانند سریع و زیبا بنویسد؛ اما آیا این مهارت از آنان نویسنده‌های حرفه‌ای و پُرکار ساخته است؟! پس به‌خاطر موضوعات حاشیه‌ای برای خودمان مانع‌تراشی نکنیم. مهم نیست یک‌انگشتی تایپ می‌کنیم یا صدانگشتی! مهم نیست خرچنگ‌قورباغه می‌نویسیم یا نستعلیق. مهم این است که بنویسیم و ایده‌های خودمان را به واژه‌های ملموس و مشهود تبدیل کنیم. هر وقت حس کردیم در روند نوشتن، چیزی باعث نگرانی‌مان شده، سریع رویش خط بکشیم و به نوشتن ادامه بدهیم. نوشتن ارزشمندتر از آن است که با بهانه‌های واهی از آن دور بيفتیم.

۵. دنبال شرایط مساعد نباشیم

سر درد، دل درد، کمردرد و دیگر درد همیشه هست. عربده‌های همسایه، اصوات تلویزیون و تلق‌تولوق ماشین لباس‌شویی هم همین‌طور. به این‌ها اضافه کنیم گرسنگی، کم‌خوابی، گرما، سرما، بوی پیازداغ و صدای سنگ‌فرز و هزاران چیز دیگر را. اگر منتظریم که این مزاحمت‌ها تمام شود و بعدش نوشتن را شروع کنیم، احتمالاً فقط ماهی یکی‌دو بار مجال نوشتن خواهیم داشت.

بنابراین بیاییم به موضوع نوشتن ایدئال‌گرایانه و رمانتیک نگاه نکنیم. همیشه نمی‌توانیم در سکوت و آرامش عود روشن کنیم و آرام و بی‌وقفه بنویسیم. چرک‌بودن را بپذیریم؛ هم در نوشتن، هم در محیط نوشتن. به نوشتن متعهد باشیم. سخت و مداوم کار کنیم. شاید زمانی رسید که توانستیم با پول حاصل از کارمان، محیط ایدئال خودمان را بسازیم.

۶. وجدان دردِ دورافتادن از تمرین و خجالت از شروع دوباره

جوگیر می‌شویم. تصمیم می‌گیریم از فردا، روزی هزار کلمه بنویسیم. دوسه روز یا حتی دوسه ماه می‌نویسیم؛ اما اتفاقی می‌افتد و دوسه روز یا حتی دوسه ماه، از نوشتن دور می‌افتیم، و بعدش مکافات شروع می‌شود. یادتان هست وقتی بچه بودیم و خراب‌کاری می‌کردیم، خجالت‌زده می‌شدیم و در اتاقمان قایم می‌شدیم؟! این‌جا هم چنین اتفاقی می‌افتد. خجالت می‌کشیم که دوباره پیش نوشتن برگردیم. احساس می‌کنیم دلِ نوشتن را شکسته‌ایم و به عهدمان جفا کرده‌ایم. بعضی از علاقه‌مندان نویسندگی، به‌خاطر همین شرم شروع دوباره، برای همیشه نوشتن را کنار گذاشته‌اند؛ ولی ما از آن‌ها نباشیم. روی نویسنده باید سنگ‌پای قزوین باشد!

صدالبته که نوشتن مهربان است. هزار بار هم که به او بی‌مهری کنیم، دوباره آغوش گرمش را به رویمان می‌گشاید! (جمله باسمه‌ای)
حالا برویم سراغ چند نکته دیگر که نوشتن را برایمان دل‌چسب‌تر می‌کند.

هفته‌ای خوب با نوشتن

یکی از راه‌های دوام آوردن در مسیر نوشتن، مدام پاداش گرفتن از نوشتن است. پاداش نوشتن که فقط با انتشار اثر و قدردیدن و برصdernشتن به دست نمی‌آید. می‌توانیم در خلوت خود بنویسیم و حتی کلمه‌ای منتشر نکنیم؛ اما خوشی و خوش‌حالی حاصل از نوشتن را عمیقاً تجربه کنیم. «قدرشناسی با نوشتن» یکی از تمرین‌هایی است که این تجربه را میسر می‌کند. این تمرین دربارهٔ مثبت‌اندیشی افراطی و تخدیری نیست، بلکه شیوه‌ای کارآمد برای افزایش سلامت جسم و روان است.

بنا نیست هر چیزی که می‌نویسیم منتشر شود یا همهٔ تراوش‌های ذهنی‌مان آثاری ادبی و خلاقانه باشند. برخی از انواع نوشتن در نقش «پشتیبان نویسنده» عمل می‌کنند. با نوشتن از زیبایی‌های بزرگ و کوچک زندگی‌مان، انگیزهٔ لازم را برای خلق آثاری که دوست داریم فراهم می‌کنیم. برنامهٔ زیر را یک هفته انجام دهیم:

شنبه

دربارهٔ همهٔ چیزهای ریز و درشتی بنویسیم که بابت آن‌ها شکرگزاریم؛ از روابط خانوادگی و سلامتی و شغل و غذا گرفته تا حیوان خانگی و آسمان آبی.

یک‌شنبه

دربارهٔ خاطرات خوش سال‌های گذشته بنویسیم؛ از خاطرات شمال تا تجربهٔ بهترین کنسرت و جالب‌ترین تئاتری که رفته‌ایم.

دوشنبه

دربارهٔ آیندهٔ مطلوب‌مان بنویسیم؛ دربارهٔ مسیری که می‌خواهیم برای ساختن آینده‌مان طی کنیم. به همهٔ زیبایی‌هایی فکر کنیم که ممکن است در آینده تحقق یابند.

سه‌شنبه

دربارهٔ آثار هنری و ادبی موردعلاقه‌مان بنویسیم. به‌خاطر وجود چه کتاب‌ها و فیلم‌ها و نقاشی‌ها و آهنگ‌هایی قدردانیم؟

چهارشنبه

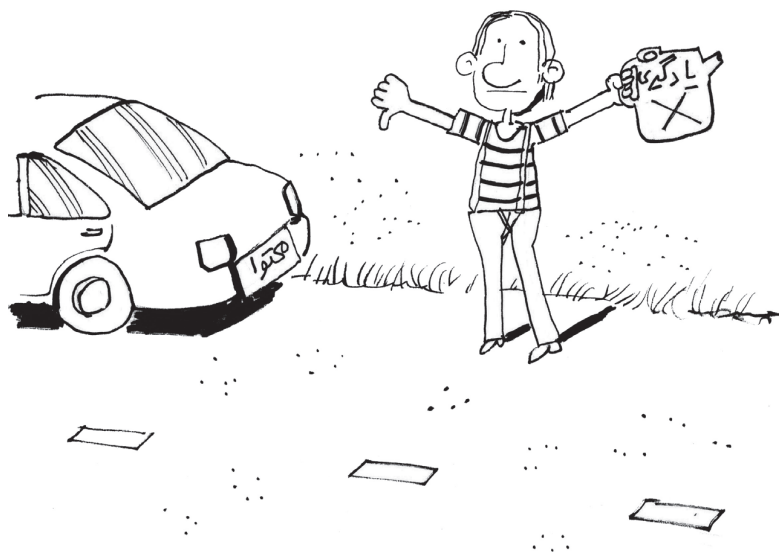
درباره چیزهای عجیبی بنویسیم که به خاطرشان احساس قدردانی می‌کنیم. شاید این چیزها از دید دیگران چندان شایسته قدردانی به نظر نرسند؛ اما مهم این است که به اهمیت و زیبایی‌شان پی برده‌ایم.

پنج‌شنبه

درباره کسی بنویسیم که بیش از هر کس دیگری دوستش داریم. تمامی نکات مثبتش را به قلم بیاوریم. نوشته‌مان را در قالب نامه، برای شخص محبوبمان بفرستیم.

جمعه

درباره تمام اتفاقات مثبت و شیرین هفته بنویسیم. در هفته‌ای که گذشته، چه چیزهایی را شایسته قدردانی یافته‌ایم؟ حداقل درباره سه موضوع بنویسیم.



بخش چهارم:

یادگیری

سوخت مناسب برای تولید محتوا

«یادگیری هیچ گاه ذهن را خسته نمی کند.»

لئوناردو داوینچی

از فقر می ترسیم؟

از فقر و بحران های مالی و اقتصادی چندان نمی ترسم (صادقانه بگویم: خیلی می ترسم؛ اما این ترس متوقف نمی کند). از کودکی یاد گرفته ام که در چنین اوضاع و احوالی، با تمرکز روی کارهای کوچکی که از دستم برمی آید، حواسم را به سمتی که گمان می کنم بهتر و مؤثرتر است پرت کنم (حواس پرتی سازنده).

درست است که بهای دلار افسار گسیخته شده؛ ولی چه کاری از دست ما برمی آید؟ من کم حوصله تر از آنم که نق و ناله کنم یا به نق و ناله دیگران گوش بسپارم. گفتم که از فقر نمی ترسم. ده سالم بود که پول پیش خانه مان، در ازای کرایه های عقب افتاده، ته کشید و مجبور شدیم اثاث خانه را بریزیم در حیاط خانه مادر بزرگ. روی همه چیز چند تا چادر کهنه کشیده بودیم. تابستان بود و گمان می کردیم از گزند باران در امان می ماند (که نماند). البته در اثاثیه ما چیز ارزش مندی هم وجود نداشت که خسارتی به بار بیاید. خلاصه که رسماً بی خانمان شده بودیم و به تنهایی، مهمان خانه اقوام دور و نزدیک بودیم.

گمان می برم تأثیر همان فقر و آبروریزی بود که شتاب من را برای رشد کردن افزایش داد و همین باعث شد تا از اول نوجوانی به فکر پول درآوردن بیفتم. کسی به من نگفته بود که اگر پول می خواهی، باید چیزهای تازه یاد بگیری؛ اما من به طور غریزی، روی مهارت هایی وقت می گذاشتم که می دانستم زودتر از درس و مدرسه من را به پول می رسانند. علاقه من به پول درآوردن، فقط از فقر خانواده ناشی نبود. از کودکی شیفته پول بودم و پس انداز می کردم و به خانواده قرض می دادم.

اولین پولی که درآوردم، جایزه ۲۵ هزار تومانی یک مسابقه کاریکاتور بود. مسابقه در جریان نمایشگاه مطبوعات و به صورت حضوری برگزار می شد. داور مسابقه فیروزه مظفری بود و من را به عنوان نفر دوم برگزید. زنی را کشیده بودم که داشت خطوط جاری شده از یک قلم را مثل کاموا می بافت. می بینید؟ از همان موقع هم تم برای نوشتن می خارید!

باری، اصل حرفم این است که یادگیری، تا حد زیادی امنیت شغلی و مالی را افزایش می دهد.

قبلاً می‌شد به یادگیری نگاهی تفننی داشت و به همان آموخته‌های قبلی اکتفا کرد؛ اما حالا به وضعیتی رسیده‌ایم که ناچار از یادگیری هستیم. برای دوام آوردن در این اوضاع کم‌بود منابع و افزایش رقابت‌ها، باید به یادگیری اتکا کنیم و چنین ضرورتی از نظر من، بسیار مثبت و سازنده است.

حتی گمان می‌کنم مهارت‌هایی که در وضعیت بحرانی یاد می‌گیریم، درونی‌تر و کاربردی‌تر خواهند شد؛ چون در آن وضعیت، دیگر وقتی برای تلف کردن نداریم و می‌خواهیم سریع یاد بگیریم و مهارت‌ها را به کار بندیم و از آن‌ها نتیجه بگیریم. لزوم تأمین نیازهای ضروری (مثل سرپناه و غذای کافی) نیز وادارمان می‌کند که بهتر مهارت یاد بگیریم. بدون یادگیری بهتر، نمی‌توانیم مهارت‌هایمان را به کار بگیریم و به آن امید بندیم.

از طرف دیگر، من گمان می‌کنم که در شرایط کنونی، این یادگیری است که بیش از هر فعالیت دیگری روحیه آدم را تقویت می‌کند.

در این وضع نزول ارزش پول ملی و دود شدن و به‌هوار رفتن درآمدمان، چیزهایی که یاد می‌گیریم از دست نمی‌روند. آن‌چه یاد می‌گیریم و به کار می‌بندیم، همیشه برایمان می‌ماند، و همین ماندگاری مایه دل‌گرمی و موتور محرک پیشرفت است. آدمی‌زاد بالاخره باید دل‌گرم یک چیزی باشد و چه چیزی بهتر از اندوخته‌هایی که به‌راحتی از کف نمی‌رود!

بدون یادگیری مداوم و جدی، به ورطه افسردگی می‌غلطیم و با مرور دائمی اخبار روز و چشم‌دوختن به این‌که اقتصاد به کجا می‌رود، فقط نگرانی خودمان را تشدید می‌کنیم. خوش‌بختانه، با رواج روزافزون اینترنت، دنیای آموزش دگرگون شده و مسیر یادگیری از همیشه هموارتر گشته است.

بنابراین اگر نمی‌توانیم پول چندانی پس‌انداز کنیم، بهتر است دانش و مهارت را سرمایه‌ای جاری و پرسود ببینیم و نوع والاتری از ثروت‌اندوزی را تجربه کنیم.

نوشتن از نوشته‌ها

می‌خواهم یکی از شیوه‌های مطالعه مؤثر و تمرین نوشتن را که از آن بسیار یاد گرفته‌ام، برایتان بگویم:

اسم این کار ساده را گذاشته‌ام «نوشتن از نوشته‌ها».

برای این تمرین، معمولاً سراغ نمونه‌های خوبی از نثرهای غیرداستانی معاصر می‌روم. یک فایل ورد دارم که هر روز یکی از نوشته‌های خوب نویسندگان محبوبم را در آن کپی پیست می‌کنم و بعد، با خواندن عمیق هر جمله، چند سطری در تحلیل آن می‌نویسم.

در هر نوشته، معمولاً به شیوه استفاده نویسنده از واژه‌ها، نحوه جمله‌سازی او، کم‌وکیف بهره‌گیری‌اش از آرایه‌ها و ساختار استدلالی متن توجه می‌کنم و نکات دریافته‌ام را می‌نویسم.

طی انجام فرایند بالا، انگار دارم نوشته‌ای از خودم را ویرایش و تصحیح می‌کنم. جالب این است که بسیاری از اوقات، حین این تمرین به ایده‌های تازه‌ای می‌رسم که هیچ ربط مستقیمی به متن اصلی ندارند.

فرمول شخصی من برای خوش‌شانسی

حتماً ما هم این جمله کلیشه‌ای را شنیده‌ایم: «شانس غالباً سراغ کسانی می‌رود که خودشان را برای آن آماده کرده‌اند.»

ریچارد وایزمن که به‌عنوان «روانشناسِ شانس» شهرتی جهانی به هم زده است، می‌گوید: «تحقیقات من نشان داده هر کسی این امکان را دارد که تا حدی شانس خود را بیش‌تر کند. افراد بدشانس می‌توانند خوش‌شانس شوند و افراد خوش‌شانس، خوش‌شانس‌تر.»

اما چگونه می‌توانیم خودمان را در معرض شانس بیش‌تری قرار بدهیم؟ اولین چیزی که به نظر می‌رسد، کارکردن روی مهارت‌ها و توانمندی‌ها و تلاش برای ساختن شبکه‌ای از دوستان مؤثر است؛ اما کار مهم‌تری هم هست که اتفاقاً ما آن را کم‌تر در حد راه‌کاری برای خوش‌شانس‌تر شدن می‌شناسیم.

جو ویتالی نوشته است: «افراد زیادی را می‌شناسم که زندگی‌شان با خواندن یک کتاب تغییر کرده است؛ چه با جمله‌ای جدید که هرگز آن را نشنیده بوده‌اند، چه با جمله‌ای فراموش‌شده و مغفول‌مانده که آن موقع آماده شنیدنش بوده‌اند. آن جملات به آنان آگاهی داده و زندگی‌شان را دگرگون ساخته است.»

من خودم یکی از همین افرادم؛ وقتی کتابی زندگی‌ام را تغییر داد، تصمیم گرفتم به کتاب‌های دیگر هم این فرصت را بدهم تا در من تغییر بیش‌تری ایجاد کنند. تقریباً ۹۰ درصد از بهترین افکار و روابط و دست‌آوردهای ارزش‌مند زندگی‌ام را مستقیم و غیرمستقیم، با کتاب‌ها به دست آورده‌ام. فرمول من برای خوش‌شانسی «کتاب‌خوانی» است.

یافتن کتاب‌های خوب را بر عهده شانس بگذاریم. کافی است که برنامه منظمی برای پرسه‌زدن در کتاب‌فروشی‌ها داشته باشیم.

سه نکته مهم درباره یادگیری و تولید محتوا

کار موردعلاقه ما هر کاری است که دوست داریم درباره آن
بیش تر و بیش تر یاد بگیریم.

کیفیت تولید محتواها پیمان بسته به کیفیت یادگیری مان است.

شایسته است درباره چیزهایی که دوست داریم یاد بگیریم،
محتوا تولید کنیم. با این کار، وادار می شویم دقیق تر و عمیق تر یاد بگیریم.

استادشدن در یک کتاب

خرید کتاب‌های تازه هیچ بد نیست؛ اما نتیجه گرفتن از کتاب خوانی، به اقدامات دیگری هم نیاز دارد.

دیوید فوردیس می‌گوید: «در پی آن باش که بر کتابی واحد احاطه پیدا کنی، نه این که به ده‌ها کتاب ابلیس وار، سرک بکشی.» مثلی لاتینی هم با همین مضمون وجود دارد: «من از آن کس می‌ترسم که یک کتاب را خوب می‌داند.» من از برخی کتاب‌هایی که می‌خواهم عمیق‌تر از آن‌ها یاد بگیرم، دوسه نسخه می‌خرم. به نظرم ارزشش را دارد. کتاب در قیاس با بسیاری از کالاها، هنوز بسیار ارزان است.

با داشتن نسخه اضافه‌ای از کتاب، مجوز صفحه‌نوردی در یکی از نسخه‌ها و شخم زدن صفحه‌های آن را به دست می‌آورم. اسم این کار را گذاشته‌ام «کتاب شکافی»! با یک بار خواندن کتاب، نمی‌توانیم ادعا کنیم آن را خوانده‌ایم. ولادیمیر نابوکوف می‌گوید: «خواندن یعنی دوباره خواندن.» صدالبته که هر کتابی ارزش دوباره خواندن را ندارد.

چگونه تمرین کنیم؟ | ده فرمان تمرین مؤثر

تمرین یعنی توسعه توانایی‌ها. اگر برنامه جدی و منسجمی برای تمرین روزانه نداریم، باید نگران باشیم. برای مهارت‌آموزی، روی چه معجزه‌ای حساب کرده‌ایم؟! در ادامه، ده نکته کوتاه می‌خوانیم که خودمان را در تمرین نوشتن و تولید محتوا رعایت می‌کنم و از یک‌کشان نتایج سودمندی گرفته‌ام.

۱. تمرین اثربخش تمرینی است که هر روز انجام بدهیم. شکل‌گیری مسیر عصبی خاص در ذهن، به نظم و مداومت نیاز دارد. دَنیل کوئل، نویسنده کتاب نبوغ، می‌گوید: «پنج دقیقه تمرین روزانه مؤثرتر از یک ساعت تمرین در هفته است.»

نوشتن «صفحات صبحگاهی» یکی از تمرین‌هایی است که اگر در انجامش مداومت داشته باشیم، به ایجاد چنین عادت روزانه‌ای منجر می‌شود.

۲. تمرین خوب تمرینی است که کاملاً جزء جزء و خرد شده باشد. این ادعا که «من هر روز تمرین نوشتن می‌کنم» مبهم و کلی است؛ ولی می‌توانیم به‌منظور محتواگرشدن، چند ماه از برنامه تمرین خود را به جمله‌نویسی و شناخت انواع جمله‌ها اختصاص بدهیم و برای حرفه‌ای شدن، مدتی طولانی فقط روی تقویت نثر و زبان خود تمرکز کنیم. بعدها، به‌صورت ناخودآگاه، این جمله‌ورزی‌ها و نثرنگاری‌هایمان مکمل یک‌دیگر می‌شوند و می‌بینیم که به‌تدریج به درجه بالایی از مهارت رسیده‌ایم.

۳. مربی و راهنمای حرفه‌ای داشته باشیم. حالا هیچ بهانه‌ای برای نداشتن مربی و استاد نداریم. به‌برکت اینترنت، می‌توانیم در کسری از ثانیه، به بهترین کتاب‌ها و کلاس‌ها دسترسی داشته باشیم. الگو داشته باشیم، کمک بگیریم، در حوزه مهارتی خودمان از افراد چیره‌دست سؤالات درست و دقیق بپرسیم و با سماعت، پی‌گیر جواب‌گرفتن باشیم.

۴. به جای شمردن دقیقه‌ها، چالش‌های خلاقانه بسازیم.

به جای این که بگوییم من امروز ۱ ساعت می‌نویسم، برنامه بریزیم که ۳ داستان مینیمال ۳۰۰ کلمه‌ای بنویسیم. در این حالت، به جای شمردن دقیقه‌ها، روی کار یا کارهای مشخصی تمرکز می‌کنیم و در نتیجه، سطح مهارت خود را به طور جدی‌تری ارتقا می‌دهیم.

۵. تمرین را لذت‌بخش و بازی‌گونه کنیم.

برای من، ساختن چک‌لیست کاری است که تمرین نوشتنم را به بازی مفرح و شیرینی تبدیل می‌کند. ما هم می‌توانیم بازی‌های خودمان را بسازیم؛ حتی علامت‌زدن به تقویم روی دیوار هم نوعی بازی‌سازی محسوب می‌شود و این روشی است که جری ساینفلد، کم‌دین و نویسنده آن را راز موفقیت خود می‌داند و تأکید می‌کند که «زنجیر را پاره نکن.» (زنجیرِ ضربدرهایی را که هر روز، به نشانه تلاش در جهت رسیدن به هدف، روی تقویم زده‌ای.)

۶. خیره شویم و الهام بگیریم.

در بسیاری از کانون‌های پرورش استعداد، عکس نوابغ هر رشته‌ای را روی دیوار می‌چسبانند تا آنان الهام‌بخش نوآموزان باشند. ما هم وقتی خسته و کلافه‌ایم و می‌خواهیم دست از کار بکشیم، کافی است سرمان را بلند کنیم و نگاهی به عکس‌های انگیزه‌بخش روی دیوار ببندازیم تا جانمان برای ادامه تمرین تازه شود. این کار فقط برای آماتورها نیست. در عکسی از اتاق کار محمود دولت‌آبادی، عکس‌هایی از داستایفسکی و تولستوی روی دیوار هست. حالا می‌فهمیم که توان و حوصله نوشتنِ رمان ده‌جلدی کلیدر چه‌طور به دست آمده است! پس تأثیر چشم‌دوختن و پلک‌زدن و الهام‌گرفتن را دست‌کم نگیریم.

۷. در خلوت تمرین کنیم.

نباید به بهانه نداشتن خلوت‌گاه از تمرین دست بکشیم؛ اما این را هم باید در نظر داشته باشیم که برای کارهای جدی‌تر و متمرکزتر، در اغلب اوقات، به خلوت نیاز داریم. باید برای ایجاد خلوت و حفظ آن بکوشیم. در مسیر تمرین و مهارت‌آموزی، به‌میزان کیفیت خلوت‌مان رشد می‌کنیم. گاهی برای یافتن خلوت، فقط کافی است قدری سحرخیز باشیم.

۸. چرت بزنیم.

خستگی دشمن یادگیری است. اگر روز پر مشغله‌ای داشته‌ایم و تمرینمان به میانه روز افتاده است، خوب است کمی چرت بزنیم و تمرین را با ذهنی تازه شروع کنیم. هرگز نباید خود را بابت این استراحت سرزنش کنیم. چرت‌زدن بخشی از روند تمرین‌های خلاقانه است.

۹. هر شب، قبل از خواب، روی الگویمان تمرکز کنیم.

اگر می‌خواهیم سخن‌ران شویم، هر شب پیش از خواب، دقایقی از اجرای عالی یک سخن‌ران حرفه‌ای را ببینیم. اگر می‌خواهیم نویسنده شویم، هر شب پیش از خواب، صفحه‌هایی از شاه‌کار نویسنده محبوبمان را بخوانیم. اگر می‌خواهیم فیلم‌ساز شویم، هر شب قبل از خواب، سکانس‌هایی از درخشان‌ترین آثار سینمایی را ببینیم. با این کار، حتی در خواب هم ذهنمان را برای تمرین آماده می‌کنیم. ضمن این‌که با انگیزه بیش‌تری بیدار می‌شویم.

۱۰. ده فرمان خودمان را بنویسیم.

یکی از راه‌های بهبود روند تمرین این است که گزارش روزانه تمرین بنویسیم. در حین تمرین، همیشه دفترچه‌ای کنار دستمان داشته باشیم و در آن نکاتی را که آن لحظه برای بهبود روند تمرین به ذهنمان می‌رسد ثبت کنیم.

این را هم از یاد نبریم که کیمبرلی میر می‌گوید: «هر تمرینی تازه از وقتی شروع می‌شود که اجرای درست و بی‌عیب و نقص کاری را آموخته باشیم.»

بخش پنجم:

رسانه شخصی ما استراتژی مناسب برای تأثیرگذاری

«جهانم را خودم آفریده‌ام و این جهان
بسیار بهتر از جهانی است که دریرون دیده‌ام.»
لوییز نولسون

شرط تولید محتوا

بهترین سؤالی که هر محتواگر باید پیش از تولید هر محتوا از خودش بپرسد:

«با این محتوا به چه کسی خدمت می‌کنم؟»

تعریف استراتژی محتوا

«استراتژی محتوا» یعنی داشتن مشی و مشربیی سنجیده و اندیشیده در تولید و توزیع و ترویج محتوا.

این استراتژی از نگاه من، یعنی هوش مندی در ترویج گزاره‌ها و ایده‌هایی که بخواهیم در ذهن مخاطب ماندگار کنیم؛ در ضمن مداومت در این ترویج و ماندگاری. چنین راه‌بردی در صورتی به موفقیت می‌رسد که ایده‌ها به سریع‌ترین و اثربخش‌ترین شکل ممکن ترویج شوند.

البته ترویج ایده‌ها به معنی تحمیل ایده‌ها نیست. استراتژی محتوا یعنی این‌که چه‌طور رفتار کنیم تا مخاطب‌ها ایده‌های مدنظرمان را با علاقه و اشتیاق بپذیرند، نه با ترفند و زور و فشار.

استراتژی محتوا یعنی این‌که من چه‌طور می‌توانم به فضای ذهن و زندگی مخاطبم نفس تازه‌ای بدم تا او دوباره برای استنشاق این هوا بازگردد.

یک استراتژی محتوا: به تمام محتواهایی که منتشر می‌کنیم، به چشم پله‌های نردبان نگاه کنیم.

دورنگری در تولید محتوا

این‌که بتوانیم ده تا (اصلاً بگوییم یکی!) مقاله جامع و جالب به فضای وب اضافه کنیم، خیلی بهتر از این است که هزاران پست کوتاه و نیم‌بند در شبکه‌های اجتماعی منتشر سازیم.

نه، مخالف شبکه‌های اجتماعی نیستیم؛ ولی من مقاله‌نویسی در وب را حتی از انتشار بسیاری از انواع کتاب هم مؤثرتر می‌دانم.

در ابتدای این نوشته، گفتم که در وب امکانات ویژه و متنوعی هست که در کتاب و شبکه‌های اجتماعی، با این سرعت و کیفیت فراهم نیست؛ از جمله امکان به‌روزرسانی دائمی متن و قابلیت ارجاع با لینک.

فرض کنیم می‌خواهیم درباره موضوع خاصی که دغدغه گروهی از افراد جامعه است، مطلبی کامل و کارشده بنویسیم؛ به این صورت که برای نگارش آن، طرح و نقشه داشته باشیم و در آن موضوع، در حد توانایی و وسعمان، تحقیقات کاملی انجام بدهیم. بعد هم سعی کنیم مطلب را به امان خدا رها نکنیم، بلکه حداقل ماهی یک بار دستی به سر و گوشش بکشیم؛ در حد ویرایش و زدایش و افزایش برای بهبود متن.

با این کار، می‌کوشیم پاسخ مناسب و کاملی برای آن موضوع و مسئله پیدا کنیم و گام کوچکی برای غنی کردن وب فارسی برداریم.

اگر کار خودمان را خوب انجام داده باشیم، بعد از مدتی، موتورهای جست‌وجو ما را همراهی می‌کنند و مطلبمان را در معرض دید افراد بیش‌تری قرار می‌دهند و یک‌دفعه می‌بینیم نوشتارمان به بهترین پاسخ وب تبدیل شده است.

در بلندمدت، احتمالاً چنین نوشته‌هایی از همه پست‌های ویرال‌شده اینستاگرامی و حتی از کتاب‌های پرتیراژ مؤثرتر و ماندگارتر خواهد شد (برخی مقالات قدیمی‌تر من در روندی صعودی، هر ماه هزاران خواننده تازه دارد؛ درحالی‌که برای پست‌های اینستاگرامی و حتی کتاب‌های الکترونیکی هم چنین اتفاقی نمی‌افتد).

به همین دلیل است که من حالا، در این مرحله از فعالیت‌هایم، گمان می‌کنم وبلاگ‌نویسی از بهترین گزینه‌های ممکن برای ترویج افکار و ایده‌هاست؛ چون وب به ما فرصت بازبینی و بازنویسی می‌دهد و گوگل نمی‌گذارد نوشته‌مان دفن شود. همین کتاب پیش‌روی ما چکیده برخی از ایده‌هایی است که من آن‌ها را پیش‌تر در وبلاگم آزموده‌ام.

چرا وبلاگ‌نویسی به دانش ما می‌افزاید؟

جوزف باداراکو می‌گوید: «در دنیای پرسرعت امروز، اگر بخواهیم دانشمان را فقط برای خود نگه داریم، خیلی زود، سطح دانسته‌هایمان پایین می‌آید؛ بنابراین برای بالابردن سطح دانشمان، باید دانسته‌هایمان را با دیگران شریک شویم.»

بهتر است هرچه بلدیم بنویسیم؛ حتی اگر فکر می‌کنیم آموخته‌ای ساده یا برداشتی ناقص است. با نوشتن، می‌توانیم شکاف‌های موجود در دانشمان را پر کنیم. با وبلاگ‌نویسی در قالبی حرفه‌ای، دانش و مهارت خودمان را روزآمد نگه می‌داریم. شاید بهانه بیاوریم که در میان انبوه کارهای روزمره، هیچ فرصت و حوصله‌ای برای وبلاگ‌نویسی نمی‌ماند، غافل از این‌که وبلاگ نوعی فرصت‌گزارش‌یادگیری است و چنین فرصت و حوصله‌ای، مسیری است برای رسیدن به سکوی موفقیت.

استعاره‌ای برای وبلاگ‌نویسی:

وبلاگ یعنی آزمایشگاه ایده‌ها.

این بار، ما رئیس‌جمهور شویم ۱۰۰۰ پست تا ساختن برند شخصی

به یک نویسنده رئیس‌جمهور تبدیل شویم!

اما قبل از این که قدرت ریاست‌جمهوری را به دست بگیریم، این نکته مهم و ضروری و حیاتی و جدی را درباره وبلاگ و وبلاگ‌نویسی بدانیم:

«منظور از وبلاگ فقط صفحاتی نیست که در بلاگفا و پرشین‌بلاگ و... ساخته می‌شوند، بلکه هر بخشی از سایت ما که در آن محتوا منتشر می‌کنیم، وبلاگ یا وب‌سایت ماست. ضمن این که ما حتی بی آن که روی سایتمان وبلاگ داشته باشیم، ممکن است بلاگر محسوب شویم. صفحه‌ها و اکانت‌هایمان در شبکه‌های اجتماعی نیز بستری برای بلاگری‌اند؛ ولی من توصیه می‌کنم سایت شخصی‌مان را مرکز نشر محتوای خود بدانیم و در کنار آن، شبکه‌های اجتماعی را هم به سایتمان وصل کنیم.» تصور کنیم سایت شخصی‌مان کشوری لم‌یزرع و بی جمعیت است و ما خودمان را به ریاست‌جمهوری آن انتخاب کرده‌ایم تا رشد و توسعه این کشور تازه‌تأسیس را طراحی و اجرا کنیم.

حالا یک دوره ریاست‌جمهوری ۴ ساله بر عهده ماست.

وظیفه اصلی‌مان در این دوره ۴ ساله چیست؟

فقط باید ۱۰۰۰ پست بنویسیم و نوشتن ۱۰۰۰ پست وبلاگی، به‌طور میانگین، ۴ سال زمان می‌برد.

ما رئیس‌دولت و بلاگمان هستیم. دسته‌بندی‌های این وبلاگ نقش استان‌ها را دارند؛ بنابراین هنگام نوشتن در هر کدام از دسته‌بندی‌ها، در حال انجام سفری استانی هستیم. آن دسته‌ای که بیش‌تر محتواهایمان درباره آن است، پایتخت این کشور محسوب می‌شود.

روابط دیپلماتیک کشورمان لینک‌هایی است که به دیگران می‌دهیم. (حالا دلیل شکست برخی سایت‌های تنگ‌نظر و بدون لینک را متوجه می‌شویم.)

خوانندگان مستمر وبلاگمان شهروندان این سرزمین‌اند. آن‌ها با دیدن چندباره مزیت‌های کشورمان، آن را برای اقامت برگزیده‌اند؛ اما این قدرت را هم دارند که پس

از مدتی، سرزمین ما را به‌طور کامل ترک کنند. ما چه فرصت‌هایی برایشان ایجاد می‌کنیم؟ آن‌ها در کشور ما از چه امکاناتی برخوردار می‌شوند و به چه دست‌آوردهایی می‌رسند؟ وقتی به کامنت‌ها و به آمار بازدید سایتمان توجه نمی‌کنیم، یعنی صدای مردمان را نمی‌شنویم. وقتی بخش‌هایی از سایت را فراموش می‌کنیم، یعنی برخی از استان‌های کشور را نادیده می‌گیریم. وقتی مدتی روزآمدسازی و بلاگمان را ترک می‌کنیم، یعنی ادارهٔ کشورمان را رها کرده‌ایم. با این وضع، آیا انتظار داریم مخاطبانمان در دورهٔ دوم به ما رأی بدهند؟

نتیجهٔ نهایی

من این قیاس را ساختم تا با جدیت بیش‌تری به توسعهٔ و بلاگمان پردازیم. اصولاً و بلاگ نویسی نیازمند «نگاه بلندمدت» است و پس از صرف زمان و انرژی بسیار، به نتیجه می‌رسد. به همین دلیل است که اغلب مردم شبکه‌های اجتماعی را ترجیح می‌دهند. در آن‌جا، با لایک و کامنت، سریع‌تر ارضا می‌شوند. در روزهایی که همگی درگیر وضعیتی بحران‌زده‌ایم، فارغ از تمامی مسائل، و بلاگ نویسی و پرورش برند شخصی اقدامی سیستمی و آینده‌ساز به نظر می‌رسد؛ چون بیش از هر چیز دیگری، روی آن کنترل داریم. از یاد نبریم که سایت جامع و صفحهٔ جذاب و کانال جالب چیزی نیست که یک‌شبه قد بکشد و مثل ساقهٔ لوبیا سریع بالا برود. به‌بلوغ‌رساندن هر رسانه‌ای زمان می‌برد و نیرو می‌طلبد.



در بارهٔ رشد فردی بنویسیم

نوشتن دربارهٔ توسعهٔ فردی و موفقیت به معنی نادیده گرفتن مشکلات و تلخی‌ها نیست، بلکه بیانگر دغدغهٔ رشد سیستمی و بلندمدت در برابر نگاهی است که خود را قربانی وضع موجود می‌داند.

بسیاری از افراد شاکی‌اند که در پیدا کردن موضوع برای وبلاگشان و یافتن خط اصلی آن در مانده‌اند.

یکی از دوستانم که دغدغهٔ رشد و توسعهٔ فردی دارد، از من پرسید که در وبلاگش دربارهٔ چه چیزی بنویسد.

من به او پیش‌نهاد دادم که وبلاگی دربارهٔ «رشد شخصی» بنا کند.

ده تا از مزیت‌های چنین کاری را برای او برشمردم و گفتم:

نوشتن وبلاگی دربارهٔ رشد شخصی باعث می‌شود:

۱. آموخته‌هایمان را در ذهنمان بهتر تثبیت کنیم

۲. رشد و توسعهٔ فردی را با نظم و جدیت بیشتری دنبال کنیم

۳. دوستان هم‌سو و هم‌هدفی بیابیم که به یادگیری اهمیت می‌دهند

۴. برند شخصی‌مان را به شکل مناسبی تقویت کنیم

۵. برای این‌که حرفی برای گفتن داشته باشیم، بیش‌تر و دقیق‌تر مطالعه کنیم

۶. نگرش مثبت را در خود تقویت کنیم

۷. به جای ناله کردن و غرزدن، محتوای مفید و کاربردی تولید کنیم

۸. به توسعهٔ فردی و عمل‌گرایی، بیش‌تر اهمیت دهیم

۹. بر خوانندگان و بلاگمان تأثیر مثبت و سازنده‌ای بگذاریم

۱۰. از نوشتن لذت ببریم

نوشتن پاسخ برای سؤال زیر علاوه بر این‌که ما را بیش‌تر و عمیق‌تر در جریان یادگیری قرار می‌دهد، به نظرم تمرینی فوق‌العاده برای نوشتن است:

من برای رشد و موفقیت شخصی‌ام، چه فعالیت‌های اثربخشی انجام می‌دهم؟

پاسخ این سؤال بهترین موضوع برای هم‌رسانی مطلب برای دیگران است. وبلاگی با چنین محتوایی این قابلیت را دارد که مملو از مطالب آموزنده و ارزش‌آفرین و همیشگی باشد.

جرقه‌هایی برای نوشتن یادداشت‌های کوتاه در رسانه شخصی

نوشتن درباره کتابی که داریم آن را مطالعه می‌کنیم.

نوشتن درباره جملات قصار و تحلیل یک جمله از زوایای مختلف.

نوشتن خاطراتی که می‌توانیم نکته جالبی از آن‌ها بیرون بکشیم.

نوشتن گزارش کوتاهی درباره مهم‌ترین مطلبی که در روز یاد گرفته‌ایم؛

نوشتن دستورکارهای لیستی از بخش‌های گوناگون حوزه تخصصی‌مان؛

نوشتن درباره اتفاقاتی که در جریان کارهای روزانه تجربه می‌کنیم؛

نوشتن درباره اخبار و رویدادهای حوزه موردعلاقه‌مان.

نوشتن تعاریف تازه برای اشیا و مفاهیم.

نوشتن درباره نوشته‌های تازه دیگران و لینک‌دادن به آن نوشته‌ها.

نوشتن بر اساس کامنت‌ها و بازخوردهایی که دریافت می‌کنیم.

از این ایده‌ها می‌توانیم برای وبلاگ‌نویسی و توییت‌نویسی و کپشن‌نویسی استفاده کنیم.

با صد هزار مردم تنهایی

یک لحظه به شبکه‌های اجتماعی فکر کنیم.

کدام یک از ما برای به‌دست آوردن دنبال‌کننده‌های بیش‌تر وسوسه نمی‌شود؟ شاید شنیده باشیم: «کمیت را بالا ببر تا به کیفیت برسی.» اما نه! برای این یکی توصیه خوبی نیست.

بله، شاید گمان کنیم جذب افراد بیش‌تر، شانس رسیدن به افراد بهتر را بیش‌تر می‌کند؛ چراکه پیداکردن صد مخاطب ایده‌ئال از میان ۱۰۰ هزار مخاطب، ظاهراً سهل‌تر و منطقی‌تر می‌نماید تا شکل دادن جمعی با همین تعداد در میان ۱۰ هزار نفر. اما به نظرم نتیجه این استراتژی یا تاکتیک چندان خوش‌آیند نیست یا دست‌کم برای همه مناسب نیست؛ زیرا مخاطبان نامربوطی که این‌طور دورمان جمع شوند، ممکن است چنان عنانمان را در اختیار بگیرند که اصلاً نفهمیم به کدام سمت می‌رویم و درنهایت، به یکی از نق‌نقوهای تبدیل شویم که مدام می‌گویند: «چرا فالوور دارم، ولی فروش ندارم؟» یا «چرا با این‌که این‌همه محتوا می‌ذارم، وقتی به مدت نیستم، هیشکی نمی‌پرسه چرا صفحه‌ت به‌روز نمی‌شه؟»

شاید بیش از هر چیز، باید مواظب باشیم که حرص انباشتن کیلویی فالوور نداشته باشیم.

بورخس می‌گوید: «چیزی که من واقعاً به آن می‌اندیشم این است که حداقل یک نفر من را به‌خوبی بشناسد.»

مخاطبان و معاشران مطلوب

می‌خواهم باز هم از چرایی تولید محتوا و رابطه آن با رشد فردی بگویم. شاید ما هم این جمله معروف جیم ران را شنیده باشیم: «شخصیت ما میانگین شخصیت ۵ نفری است که بیش‌ترین زمان را با آنان می‌گذرانیم.» این جمله احتمالاً برای ما هم جمله‌ای هشداردهنده است و با اندیشیدن به آن، ممکن است از تأثیر منفی برخی اطرافیان خود احساس نگرانی کنیم.

اما خب، در عمل چه باید کرد؟

می‌دانیم که با تغییر بعضی از اطرافیان می‌توانیم آرامش و درآمد و رشد بیش‌تری کسب کنیم؛ اما دانستن این موضوع کفایت نمی‌کند.

اگر مدتی به تغییر محدوده و تعداد اطرافیانمان بیندیشیم، می‌بینیم که این کار سخت‌تر از حد تصور است؛ ولی با تولید محتوا می‌توانیم این کار را آسان کنیم.

باید درباره چیزهایی که دوست داریم و برایمان مهم‌اند، محتوا تولید کنیم تا با مخاطبانی مرتبط شویم که تمایل داریم جزو معاشرانمان باشند.

ممکن است بدون توجه به دغدغه‌ها و اولویت‌های بلندمدتمان، صرفاً به خاطر جلب توجه و جذب سریع مخاطب، به سراغ مد روز یا موضوعات زرد و ملتهب برویم. اشکالی ندارد؛ اما نباید توقع داشته باشیم که با مخاطبی که به این شیوه «صید» کرده‌ایم، رابطه چندان مطبوع و بلندمدتی شکل بدهیم.

در برنامه‌اصیل تولید محتوا، باید از نقش شکاریاب و شکارگر فاصله بگیریم و با مخاطب وارد رابطه‌ای انسانی شویم.



آیا باید نگران دزدیده شدن نوشته‌هایمان باشیم؟

چند قرن پیش که هنوز موی زرخدانم نرویده بود (!) یک آدم‌برفی کشیده بودم که دست هیزمی‌اش را گرفته بود روی آتش تا گرم شود. یکی دو هفته بعد از این که به اصرار پدرم، کاریکاتور آدم‌برفی را برای مجلهٔ بچه‌ها گل آقا فرستادم، یک روز در روزنامهٔ همشهری دیدم که کاریکاتوریست کهنه‌کار روزنامه دقیقاً ایدهٔ آدم‌برفی من را کشیده است. شوک‌زده، دویدم روزنامه را به پدرم نشان دادم. پدرم دیگر ول‌کن ماجرا نبود. معتقد بود توطئه‌ای در کار است و کاریکاتوریست همشهری با مؤسسهٔ گل آقا رفت‌وآمد دارد و این وسط، چون من را بچه گیر آورده‌اند، شاه‌کارم را قاپ زده‌اند. اسم این ماجرا را گذاشته‌ام: «سندروم نگرانی فرد آماتور از دزدیده شدن آثارش».

۲۳۴ بار این سؤال را از من پرسیده‌اند: «آیا اگر نوشته‌هایمان را در اینترنت منتشر کنیم، کسی آن‌ها را نمی‌دزد؟»

بگذارید بگویم که این سؤال، بیش از هر ضدحال دیگری، باعث شده من موه‌های خودم را بکشم و صدای دندان‌قروچه‌ام از اتاق بیرون برود!

طی ۱۲۷ باری که در کامنت‌ها به این سؤال پاسخ داده‌ام، نوشته‌ام: نوشته‌های ما در حد یک تازه‌کار هم ارزش خواندن ندارند؛ چه برسد به این که کسی را برای سرقت ادبی وسوسه کنند.

این که فکر می‌کنیم فیل هوا کرده‌ایم، به سبب ناآشنایی ما با آثار همان حوزه‌ای است که گمان می‌کنیم در آن شاه‌کار آفریده‌ایم. خواندن چند اثر خوب به نویسنده تازه‌کار می‌فهماند که متن باکیفیت چندان هم به سادگی عمل نمی‌آید و او باید آمادهٔ عرق‌ریزانی طولانی بشود.

اگر هم روزی نوشته‌هایمان به آن درجه از کیفیت برسد که دیگران تکه‌ای از آن را کش برونند، باید به خودمان اقتخار کنیم. نویسنده‌ای که به چنین سطحی از مهارت می‌رسد، قطعاً چنان چیره‌دست و پرکار شده که به جای چسبیدن به آن چه قبلاً نوشته است، به خلق آثار بهتر می‌اندیشد.

شاید باید گفت فقط آدم‌های بی‌هنر نگران دزدیده شدن آثار هنری‌شان (!) هستند.

گول کیفیت را نخوریم

«آدم به کاری رو کم انجام بده، ولی خوب انجام بده.»

ظاهر این جمله فریبنده است، و صدا البته که در کارها و موقعیت‌های گوناگونی هم این حرف درست است.

اما بسیاری از ما به همین بهانه، بی‌عملی و اهمال‌کاری و ترس و کمال‌طلبی بیمارگونه خودمان را توجیه می‌کنیم و اشمش را هم می‌گذاریم توجه به کیفیت. درحالی‌که اولویت دادن به کیفیت کار فرمولی نیست که همیشه بتوانیم طبق آن عمل کنیم.

هنوز هم گاهی هنگام آزادنویسی به خودم می‌گویم: «بهتر نیست به جای این روده‌درازی‌های بی‌هوده، کم‌تر سراغ قلم و کاغذ بروم، اما در عوض بهتر و باکیفیت‌تر بنویسم؟»

و درست در همین لحظه که به این وسوسه دلفریب فکر می‌کنم، یاد وقت‌هایی می‌افتم که به بهانه کیفیت، از کمیت دور افتاده‌ام. نتیجه این بوده که کم‌تر با قلم و کاغذ و صفحه‌کلید دم‌خور شده‌ام و دستم خشک و هراسم از صفحه سفید هزار برابر شده است.

کیفیت همیشه جذاب است. چه کسی دلش می‌خواهد کار بی‌کیفیت انجام بدهد؟ اما مسئله این است که در بسیاری از کارها، از جمله در مهارت‌آموزی، کمیت بر کیفیت مقدم است.

از روز اولی که نواختن سازی را می‌آموزیم، نمی‌توانیم ملودی بسازیم.

از روز اولی که دست به نوشتن می‌بریم، نمی‌توانیم رمان بنویسیم.

از روز اولی که سراغ محتوانویسی می‌رویم، نمی‌توانیم آبرمقاله‌های درجه یک بنویسیم.

از روز اولی که در باشگاه ثبت‌نام می‌کنیم، نمی‌توانیم در مسابقات جهانی شرکت کنیم.

از روز اولی که در آموزشگاه رانندگی تعلیم می‌بینیم، نمی‌توانیم در اتوبان ویراژ بدهیم.

کوتاه سخن: اول کمیت، بعد کیفیت.

بی خیالِ لایک و کامنت، به «هم‌رسانی» فکر کن

دن نوریس، در کتاب ماشین محتوا، شاخص مهمی را برای اندازه‌گیری موفقیتِ هر محتوا مطرح کرده است. نوریس معتقد است که نه تعداد لایک‌ها و نه حتی کامنت‌ها، هیچ کدام شاخص مناسبی برای سنجش توفیق محتوا نیست، بلکه تعدادِ دفعاتِ هم‌رسانی محتواست که موفقیت آن را نشان می‌دهد.

بعد از مطالعه این نکته، خودم را زیر ذره‌بین گذاشتم تا ببینم من واقعاً در هم‌رسانی محتوا چه رفتاری دارم. دیدم بله، من باکیفیت‌ترین و بهترین محتواهایی را که در آثار دیگران می‌بینم، یا به صورت عمومی در رسانه‌های خودم باز نشر می‌کنم، یا به صورت خصوصی برای دوستان نزدیکم می‌فرستم.

ایده‌ای برای شروع تولید محتوا: آثار خوب دیگران را معرفی کنیم.

سه نکته نسبتاً حیاتی!

۱. یابندگی مخاطبان خاص

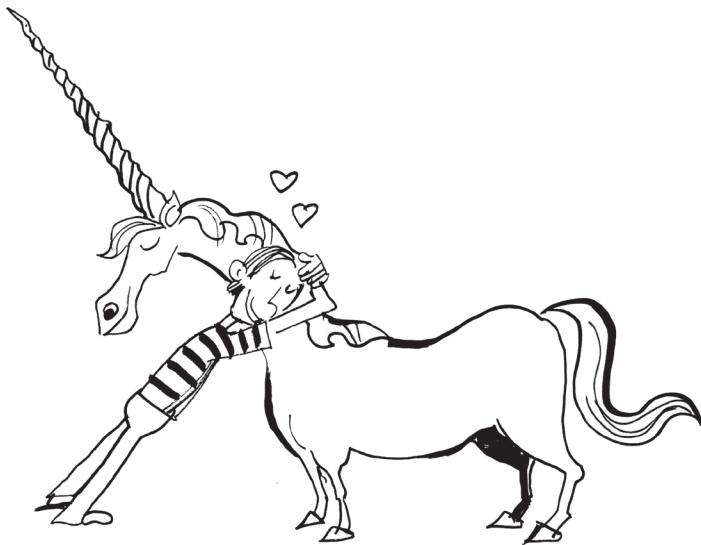
شاید محتوای ما در میان هیاهوی رسانه‌های زرد نادیده بماند؛ اما نگران نباشیم، نسل مخاطبان خاص هرگز منقرض نمی‌شود. آن‌ها ما را خواهند یافت.

۲. تکرار برای مخاطبان کم‌توجه

مخاطب را نباید نادان فرض کنیم؛ اما غالباً بهتر است او را کم‌توجه بدانیم و برایش نکات مهم را به‌جا و با بیان‌های متفاوت تکرار کنیم.

۳. این نکته مهم را از یاد نبریم

برای مخاطبانمان بنویسیم، نه برای رقبایمان.



بخش ششم:

مسیر توسعه فردی

چند پیش‌نهاد برای تجربه کردن زندگی خلاقانه

«من خوش‌بینم. به نظرم چیز دیگری بودن ثمره چندان‌ی ندارد.»

وینستون چرچیل

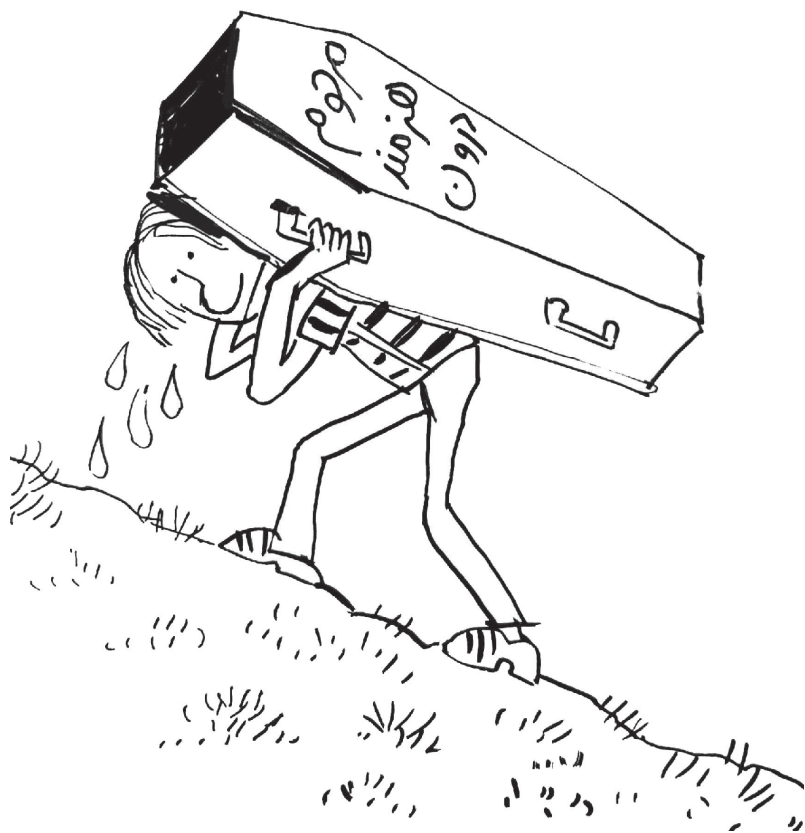
عجول و صبور باش!

۱۵_۱۶ سال طول کشید تا تالکین جلد اول ارباب حلقه‌ها را نوشت. هوگو هم برای نوشتن بی‌نویان، ۱۲ سال وقت گذاشت؛ اما نویسنده‌ای مانند جان بوین هم هست که در عرض ۲ روز و نصفی، رمان پسری با پیژامه راه‌راه را نوشته و از روی آن فیلم هم ساخته شده است، یا در بین نویسنده‌های دنیای کسب‌وکار، گرنت کاردون کتاب بفروش یا فروخته شو را در عرض ۶ ساعت نوشته و نوشتن مجموعه کتاب‌های پرفروشش از همین جا شروع شده است.

برای پرهیز از افراط و تفریط در زمان‌بندی کارها، این دو نکته را به یاد داشته باشیم:

۱. قانون پارکینسون می‌گوید: مدت انجام‌دادن کارها، به همان اندازه‌ای کش می‌آید که برایشان تعیین می‌کنیم.

۲. گاهی خطای شناختی «اعتماد به نفس کاذب» وجود دارد. ممکن است برای انجام کارها، زمان پایانی را در نظر بگیریم که بسیار زودتر از زمان لازم برای آن کار باشد. بنابراین باید میان این دو تعادل برقرار کنیم تا کارها به سرانجام برسند و بهره‌وری افزایش یابد.



جنازه‌ای که همیشه با خودمان حمل می‌کنیم

تصور کنیم جنازه‌ای هست که مجبوریم هر روز آن را با خودمان حمل کنیم، از پله‌ها بالا ببریم، کنار خودمان بخوابانیم، کنار میز صبحانه بغل دست خودمان بنشانیم و حتی در مترو و اتوبوس هم آن را روی دوش خودمان بکشیم. بی‌گمان، در اندک زمانی تحمل تن لش و بوی تعفن آن برای خودمان و دیگران ناممکن می‌شود. (شبیبه داستان‌های ادگار آلن پو است، نه؟)

ولی این واقعیت زندگی روزمره ماست. من چنین جنازه‌هایی را هر روز و همه‌جا، روی دوش خودم و دیگران می‌بینم. اصلاً برای همین است که دنیای ما را بوی تعفن گرفته و نمی‌توانیم هم‌دیگر را تحمل کنیم. به‌خاطر همین است که همیشه به فکر فراریم و می‌خواهیم جایی دور، در دل کلبه‌ای جنگلی، زندگی کنیم؛ اما آیا جنازه را تا کلبه جنگلی به دوش نمی‌کشیم؟

آن جنازه، هنرمندِ درون ماست که شاید بشود به آن «کودک درون» هم گفت. کسی که به هنرمندِ درونش مجال ظهور و بروز نمی‌دهد، حمال جنازه‌ای است که تا روز مرگ روی دوشش می‌ماند. کمر ما نه زیر بار گرانی و شکست عاطفی و بحران‌های اجتماعی، بلکه در اصل، زیر بار جنازه هنرمندِ درونمان خم می‌شود. بسیاری از ما وجود چنین جنازه‌ای را نفی می‌کنیم؛ اما بوی تعفنش را که نمی‌توانیم از مشام دیگران دور سازیم! هیتلر و صدها دیکتاتور و مستبد دیگر، انتقام سختی تحمل همین جنازه روی دوششان را از دیگران گرفته‌اند و می‌گیرند. هیتلر، اگر سرش به نقاشی‌اش گرم بود، وادار نمی‌شد که از شدت تعفن برآمده از جنازه هنرمندِ درونش، از اتاق بیرون بزند و میلیون‌ها نفر را به خاک و خون بکشد.

نه قرص، نه سیگار، نه مشاور و نه هزار مرشد رنگارنگ، نمی‌توانند گوری برای جنازه درونمان پیدا کنند. ما به دم مسیحایی هنر نیاز داریم.

ما متمایزیم

روزی چند بار به این فکر می‌کنیم که یگانه‌ایم؟ به این که از ابتدای جهان تا کنون، هیچ کسی مثل ما وجود نداشته است؟ روزی چند بار به صدای منحصر به فرد خودمان گوش می‌کنیم؟

من گاهی از آدم‌ها دل‌خور می‌شوم. حوصله‌ام سر می‌رود از کندی و کم‌کاری‌شان؛ ولی لذت می‌برم از این که همه با هم متفاوت‌اند، از این که همه ذهن و جسم یگانه خودشان را دارند، از این که هیچ دو نفری شبیه هم نیستند. آیا این معجزه نیست؟ این تنوع در من حس خلاقیت و نوآوری را زنده می‌کند. گاهی که در کافه و خیابان به چهره مردم خیره می‌شوم، از این همه تنوع چهره‌ها کیف می‌کنم. ای کاش ما، هم‌چنان که چهره منحصر به خود و ظاهر متفاوتی داریم، سعی نمی‌کردیم فرمان را هم‌رنگ بقیه کنیم.

محتوا کمک می‌کند که به این تمایزها شمایلی هنری ببخشیم.

نسخه روزآمدشده ما

زندگی ما با گوشی‌های هوشمند عجین شده است. تقریباً هر روز نسخه تازه‌ای از اپلیکیشن‌های گوناگون را دریافت می‌کنیم. نسخه‌های اولیه تلگرام را یادمان هست؟ تلگرام همواره با عرضه نسخه‌های تازه و بهتر، کاربران را غافل‌گیر می‌کند و حالا به اپلیکیشنی تبدیل شده که برای دسترسی به آن، با وجود هر مانع و فیلتری، تلاش می‌کنیم.

از روند ارتقای تدریجی نرم‌افزارها می‌توانیم به‌صورت استعاره‌ای برای رشد و توسعه فردی بهره ببریم. تصور کنیم نرم‌افزاریم. نرم‌افزار وجود ما هر چند وقت یک بار روزآمد می‌شود؟ چه‌طور می‌توانیم نسخه‌های تازه‌ای از خودمان پدید بیاوریم؟

با کتاب‌های جدیدی که می‌خوانیم؛

با مهارت‌های تازه‌ای که یاد می‌گیریم؛

با انرژی مثبتی که به دیگران می‌دهیم؛

با گام‌هایی که برای توسعه فردی مان برمی‌داریم؛

با فعالیت‌های تازه‌ای که تجربه می‌کنیم؛

و...

دوستان ما زمانی حذف‌مان می‌کنند که دیگر هیچ نسخه اصلاح‌شده و بهتری از خودمان عرضه نکنیم.

اگر کسی کنارمان گذاشت، به جای دل‌خوری از او، خودمان را بررسی کنیم و ببینیم آیا نرم‌افزارمان هم‌چنان با سیستم‌عامل او سازگار است، یا نه، فقط باعث پُرشدن رم‌ش شده‌ایم؟ اپلیکیشن ما چه ویژگی‌های منحصر به فردی دارد که از آن‌ها توقع داشته باشیم تحت هر شرایطی حفظ‌مان کنند؟ عرضه مداوم نسخه‌های جدیدتر و پیش‌رفته‌تر است که باعث می‌شود علاوه بر حفظ دوستان و دنبال‌کنندگان و مشتری‌هایمان، از طریق آن‌ها به دیگران معرفی شویم. نسخه بعدی ما کی عرضه می‌شود؟

پیش‌نهادی برای فکر کردن به آینده

قدرت‌مندترین جمله قصاری که تاکنون خوانده‌ام، این جمله آئن رند است: «هر که برای آینده می‌جنگد، آینده را امروز زندگی می‌کند.»

ما ناگزیر به ایفای نقش در ساختن آینده‌ایم.

نیکیتا خروشچف زمانی گفته بود: «آینده بزرگ‌ترین دل‌مشغولی من است؛ چون قرار است باقی عمرم را در آن سپری کنم.»

این‌که برای تأکید بر «اهمیت زندگی در لحظه حال» مدام بگوییم نگران آینده نباش، نه عقلانی است و نه امکان‌پذیر. نگرانی از آینده بخشی از ذات ماست. نگرانی نشانه فکر کردن است و نگرانی برحق و به‌جا مایه غنیمت است. به تعبیر آلبر کامو، احساس امنیت‌نداشتن است که آدمی را به اندیشیدن سوق می‌دهد.

بسیاری از ما تصور می‌کنیم که آینده بسیار ویران‌تر و گندتر از حال خواهد بود. در آن صورت، نگرانی ابدی از آن ما خواهد شد.

بسیاری از ما هم خوش‌خیالانه، آینده را مثبت‌تر و بهتر از حال تصور می‌کنیم و هر حال و کار خوبی را به آن حواله می‌دهیم.

افرادی هم هستند که تصورات بُهت‌آوری درباره پیش‌رفت عجیب‌غریب فناوری و استیلای ربات‌ها و نابودی زمین و بشر دارند.

به قول محمد قاند، «ما محکوم به غافل‌گیری درباره آینده‌ایم.» فقط آدم ساده لوح است که به پیش‌گویی کاهنان امروزی، روزنامه‌نگاران و مطبوعاتیان، درباره آینده توجه می‌کند. نسیم طالب کتاب چندصد صفحه‌ای قوی سیاه را نوشته تا پنبه هر نوع پیش‌گویی کاسب‌کارانه را بزند؛ اما این مردودشمرده‌ها تضادی با آینده‌اندیشی ندارد. هم‌چنان می‌توانیم به آینده فکر کنیم، نگرانش باشیم و حتی کاری برایش بکنیم. برای مدیریت نگرانی‌هایمان درباره آینده، بهتر است دست روی چیزی بگذاریم که می‌توانیم دستی در آن داشته باشیم.

چه‌طور می‌توانیم به آینده فکر کنیم؟

این فکر که می‌توانیم کیفیت همه افکارمان درباره آینده را کنترل کنیم، اصولاً نشدنی است؛ حتی کوچک‌ترین اتفاقات روزمره، از خوردن وعده‌ای غذای مسموم‌کننده

تا بدخلقى کارمند بانک، ممکن است تصورمان از آینده را زشت و تحمل ناپذیر کند.
پس باید چه کنیم؟

از تجربه عملی خودم می‌گویم. من سعی می‌کنم تغییراتی هرچند اندک و الهام‌بخش در زندگی دوستان و نزدیکانم ایجاد کنم؛ تغییراتی که در بلندمدت قابلیت پی‌گیری داشته باشند و بتوانم چشم‌انتظار دیدن نتایج آن‌ها بمانم.

اگر رسانه داریم، می‌توانیم این تغییرات را برای بهبود زندگی مخاطبمان در ابعاد وسیع‌تری ایجاد کنیم. این کار الهام‌بخش و آینده‌دار، از ایجاد عادت‌های ساده و مثبت در آنان تا ترویج هر نوع نگرش و دیدگاه مفید را شامل می‌شود.

خب، حالا این بحث دقیقاً چه ربطی به نگرانی ما از آینده دارد؟ درست، مثل کشت گیاه که از کلی بذری کاشته‌شده فقط بعضی از آن‌ها جوانه می‌زنند و به بار می‌نشینند و بعضی هم هدر می‌روند، با ایجاد حرکت‌های آینده‌ساز نیز بذره‌های متحول‌کردن را می‌کاریم و در طی زمان، امیدوارانه منتظر می‌مانیم که بعضی حرکت‌ها و تلاش‌هایمان تغییری در زندگی مخاطبمان ایجاد کند.

در این روند، موضوع مهیجی برای پی‌گیری در آینده داریم. چنین هیجانی به ما حسی از کنترل آینده را می‌دهد؛ چراکه آینده خود را به شکل مثبتی به تغییر دادن دیگران گره زده‌ایم، آن هم به صورت نوعی بازی‌سازی برای آینده. این حس تا حدودی مثل حس دنبال کردن نتایج مسابقات فوتبال است؛ اما این بار برای موضوع‌هایی است که خود ما بذرش را کاشته‌ایم.

از بهترین فعالیت‌ها در این زمینه ترویج مطالعه کتابی خاص است. مثلاً تصمیم می‌گیریم که با توسل به هوش‌مندانه‌ترین و معتدل‌ترین روش‌ها، کتاب خاصی را که به تأثیر مثبت و عملی آن باور داریم، در میان اطرافیانمان ترویج کنیم؛ با هدیه دادن کتاب، با پی‌گیری مطالعه‌شدن آن و پرسش درباره محتوای آن، با اجرای چالش‌هایی برای عملی کردن ایده‌های آن و... .

این گونه وقتی به آینده فکر می‌کنیم، تصوراتمان ضدحالمان نمی‌زند؛ چون به نگرانی‌مان چاشنی معنا را اضافه کرده‌ایم.

جان گالزورثی می‌گوید: «اگر درباره آینده فکر نمی‌کنیم، آینده‌ای نخواهیم داشت.»

یک گروه بسازیم

بسیاری از اتفاقات خوب زمانی آغاز می‌شوند که چند نفر دور هم جمع می‌شوند تا کار مشترکی انجام بدهند و هدف مشترکی را دنبال کنند و درباره آینده‌ای مشترک طرح بریزند.

وقتی برای کار و زندگی مان هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی می‌کنیم، چه قدر به تشکیل گروه می‌اندیشیم؟ آیا ممکن است ایجاد گروه که کاری جمعی به نظر می‌رسد، بخشی از هدف‌های فردی مان هم باشد؟ یا نه، همیشه باید منتظر این باشیم که از سر شانس و اتفاق، عضو گروه خاصی بشویم؟

پیش از این که برای راه‌اندازی شرکت و استارت‌آپ یا هر فعالیت دیگری اقدام کنیم، بهتر است روی ساختن گروهی خوب و کارآمد تمرکز کنیم؛ چون خروجی طبیعی چنین گروهی معمولاً کسب‌وکار و شرکتی موفق است.

به گمانم هدف‌گذاری برای خرید ماشین و خانه و داشتن شغل دل‌خواه و... چندان محرک و سازنده نیست. من داشتن چنین هدف‌هایی را رد نمی‌کنم؛ اما در فهرست اهداف شخصی‌ام، عضویت در گروهی خوب و سازنده، قطعاً برایم مهم‌تر از دیگر اهداف است؛ چون چنین گروهی اگر با ارزش‌های کلی من هم‌سو باشد، راه رسیدن به دیگر دست‌آوردها را نیز هموار می‌کند.

گری همل می‌گوید: «موفقیت معمولاً برآمده از خوب انجام دادن کارهای معمولی به روش غیر معمول است.» بنابراین اگر بنا بر این باشد که گروه‌سازی ما به ساخت گروه تلگرامی محدود شود و به گپ‌زدن‌های غیرهدف‌مند منجر گردد، چنین گروهی به جز اتلاف وقت راه به جایی نمی‌برد.

ساختن گروه، اگر با نگاه بلندمدت و پذیرفتن دشواری‌های این کار انجام شود، در نهایت از همه کارهای انفرادی اثربخش‌تر خواهد بود؛ البته به این شرط که فردیت افراد را از بین نبرد. گروه برای حمایت از ایده‌های فرد فرد اعضاست، نه برای حل کردن همه در ایده یکی یا بخشی از اعضا. از میان گروه‌های نمونه و الهام‌بخش، همیشه به گروه موفق بنجامین فرانکلین و دوستانش اشاره می‌کنم. فرانکلین و ۱۲ نفر از دوستانش، باشگاهی برای پیشرفت مشترک ایجاد کردند و تا ۴۰ سال، هر هفته با هم دیدار داشتند.

مهم‌ترین جویش من در ابتدای راه‌اندازی گروه، شاید پاسخ‌دادن به این سؤال باشد که آیا من حاضرم ۴۰ سال تمام، عضو این گروه باشم؟ درباره کار گروهی، جمله بامزه‌ای هست که نقل آن خالی از لطف نیست: «ما معمولاً به کار گروهی اعتقاد داریم؛ اما به شرط این‌که خودمان رهبر گروه باشیم!» به‌نظر من، بلوغ ذهنی ما در گروه‌سازی، در صورتی متجلی می‌شود که در جایگاه مؤسس گروه، بپذیریم که لزوماً قرار نیست رهبری آن را هم خود ما بر عهده بگیریم، بلکه باید انتخاب رهبر را به اعضای گروه بسپاریم.

آیا ما هم به ساختن گروه فکر کرده‌ایم؟ آیا در حال حاضر عضو پیش‌برنده گروه و سازنده‌ای هستیم؟ دوست داریم در چه زمینه‌ای گروهی خوب بسازیم؟

اگر واقعاً می‌خواهیم کار کنیم

یکی از باورهای خدشه‌ناپذیر من این است که نهایتِ بهره‌وری فقط با «تنهایی محض» به دست می‌آید. گزاره‌ای هست که در طول سال‌ها فعالیت‌م به من ثابت شده است: «انسان وقتی خوب کار می‌کند که تنها باشد.» دست‌آوردهای خلاقانه من در خلوت و تنهایی، بعضاً بیش از ده برابرِ زمانی بوده که حتی گربه‌ای در محل حضور داشته است؛ آدمی‌زاد که جای خود دارد.

به‌هرحال حضور در جمع در ذات خود، رگه‌هایی از ابتذال را هم دارد و هر قدر هم سرمان به کار خودمان باشد، ممکن است از روی فضولی (!) درگیر ماجراهایی بشویم که دخلی به ما ندارند.

چه‌کسی می‌تواند قدرت خودگویی با صدای بلند را نفی کند؟ البته این عمل در حضور دیگری، رنگ‌مدار و حسابگری به خود می‌گیرد، حتی در بی‌پرده‌ترین روابط. پس بیایم وقت و بی‌وقت، حداقل سه روز در هفته، به گوشه‌ای برویم که خالی از هر تباخته‌ای باشد. ضمناً این توصیه تضادی با کار گروهی ندارد. گروه اگر گروه باشد، با قید فاصله فیزیکی و نبود مجاورت جسمانی هم چیزی از کارایی و اثربخشی‌اش کم نمی‌شود. اینترنت را برای همین ساخته‌اند دیگر.

انزوای هوش‌مندانه ذهن را کاراتر و خلاق‌تر می‌کند.

جرج سیمتانیگ می‌گوید: «تنهازیستن محتاج کم‌یاب‌ترین شهادت‌هاست. چه بسیاری کسانی که حاضرند با دشمنِ خونی‌شان در میدان کارزار رویارو شوند؛ اما از این‌که با خودشان در خلوت روبه‌رو شوند، هراس دارند.» جمله بالا جنبه فیزیکی تنهایی را در نظر دارد؛ اما روح آن با این جمله معروف پاسکال یکی است: «ناشادمانی‌های آدمی تنها از این ناشی می‌شود که او توانایی ساکت و آرام ماندن در یک اتاق را ندارد.»

اصلاً می‌خواهم با دیدن یک سوی دیگر ماجرا حرفم را بهتر برسانم:

این روزها پُر تلویزیون ندیدن خیلی مُد شده است. چنین پرهیزی تا همین چند سال قبل، شاید نشانه این بود که طرف اهل مطالعه است و زمانی برای تلویزیون ندارد؛ اما از کسانی که چنین ادعایی دارند باید پرسید که ما چه چیزی را جای‌گزین تلویزیون کرده‌ایم؟ حتماً موبایل. این جاست که می‌فهمیم اعتیاد بدتری جای‌گزین اعتیاد بدِ پیشین شده است.

حتی کسی که خوره تلویزیون است، نسبت به کسی که کاربر اینستاگرام است، آرامش ذهنیِ بیش‌تری دارد. مونولوگ‌بودنِ تلویزیون به این میزان از چندکارگی و حواس‌پرتی که در موبایل هست راه نمی‌داد.

حالا برگردیم به اول بحث: ممکن است تمام روزمان در اتاقی خلوت بگذرد و به‌لحاظ جسمی و فیزیکی خودمان را تنها و دور از جمع ببینیم؛ اما آیا با وجود موبایل، آن موفقیتِ فکریِ حاصل از ماندن در اتاق نصیبمان می‌شود؟ به نظر می‌رسد که دیگر تنهاییِ فیزیکیِ مزیتِ رقابتیِ مهمی نیست. این روزها حضور مجازیِ دیگران، بیش از حضور فیزیکیِ شان محلِ تنهاییِ ماست؛ طوری که حتی ممکن است اتاق خلوتی با موبایلی آنلاین، فضایی به‌مراتب شلوغ‌تر و مشوش‌تر از استادیومی ۱۰۰هزارنفری را در خود داشته باشد! این وسیله و سوسهٔ بیرون‌زدن از اتاق را کنار می‌زند و خود به اتاقی تبدیل می‌شود که کم‌تر کسی توان و ارادهٔ بیرون‌زدن از آن را دارد.

شاید بتوانیم آن جملهٔ پاسکال را برای امروز، این‌گونه بازنویسی کنیم: «بزرگ‌ترین ناشادمانی بشر از این ناشی می‌شود که نمی‌تواند بدون موبایل در اتاقی تنها بماند.»

گر نپسندی، به از آنت دهند

چون دانشگاه‌رفتن به مذاقم خوش نمی‌آمد، کاری پیدا کردم که ده برابرِ دانشگاه آموزنده بود.

چون روزنامه‌نگاری روحم را سیراب نمی‌کرد، دنیای شگفت‌انگیز ادبیات را کشف کردم.

چون نوشتن در شبکه‌های اجتماعی را نمی‌پسندیدم، عظمت وب را دریافتم.

باری، می‌خواهم بگویم که می‌شود نپسندیم و به وضع موجود تن ندهیم و با ناراضایتیِ تمام، در پی نوع دیگری از رضایت باشیم.

موضوع این است که ما به‌خیال این‌که سرکهٔ نقد به از حلوای نسیه است، معمولاً به نزدیک‌ترین انتخاب‌ها و نازل‌ترین وضعیت‌ها راضی می‌شویم؛ غافل از این‌که نظامی گنجوی، حدود ۸۰۰-۹۰۰ سال پیش، به ما گفته است:

هرچه در این پرده نشانت دهند
گر نپسندی به از آنت دهند

درستایش الهام بخش بودن

الهام بخش بودن ربطی به شهرت طلبی و خودنمایی ندارد. الهام بخش بودن یعنی محرک تازه‌ها بودن، یعنی افکار و اعمال نو.

آنتونی رابینز می‌گوید: «الهام بخش بودن مهارتی است که می‌توانیم آن را یاد بگیریم.»

الهام بخش بودن را باید از طریق هم‌صحبتی با افراد الهام بخش یاد بگیریم؛ اما لزوماً قرار نیست این هم‌صحبتی به صورت حضوری و دیداری یا با معاصران زنده باشد. گاهی مُرده‌ها زنده‌تر و الهام بخش‌تر از هزاران زنده‌اند.

آیا فهرستی از افراد الهام بخش زندگی مان داریم؟

آنها چگونه در زندگی مان الهام بخشِ نگرش‌ها و کنش‌های تازه بوده‌اند؟

چرا باید بی‌حوصلگی را تحمل کنیم؟

به گمان من، بسیاری از شاه‌کارها بر اثر بی‌حوصلگی پدید آمده‌اند؛ از بهترین شعرها گرفته تا عظیم‌ترین اختراع‌ها. من فکر می‌کنم سعدی و حافظ هم گاهی از تاریکی شب‌ها و ملال روزها بی‌حوصله می‌شده‌اند که به نوشتن پناه می‌برده‌اند. باید از بی‌حوصلگی، به ستوه آمده باشیم تا بوم نقاشی را شوکه کنیم، یا به جان کپک‌های آزمایشگاه بیفتیم و ناگهان پنیسیلین را کشف کنیم.

فعلاً که بی‌حوصلگی ما برای عده‌ای کاسبی پرسودی شده است. کدام یک از ما به محض بی‌حوصله شدن غرق در اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب یا آپارات نمی‌شویم؟ در این حالت، فرار از بی‌حوصلگی بی‌حوصلگی بزرگ‌تری را در پی می‌آورد؛ حتی حین حرف زدن با تلفن هم گاهی نیم‌نگاهی به صفحه موبایل می‌اندازیم تا مبادا پیام‌ها و لایک‌های تازه را از دست بدهیم. حواسمان نیست که روز به روز کم‌طاقت‌تر می‌شویم و حوصله تمرکز روی هیچ ایده‌ای را نداریم.

به همین سبب است که خودآگاهانه یا ناخودآگاهانه، کتاب خواندن را ملال‌آورترین کار دنیا می‌دانیم و اگر قید مطالعه را به کلی نزنیم، حین خواندن، بارها و بارها موبایلمان را چک می‌کنیم.

بیاییم حوصله بی‌حوصلگی را داشته باشیم. گاهی بگذاریم از شدت خمیازه طاقتمان طاق بشود؛ ولی سراغ تلویزیون و موبایل و... نرویم. در همین بی‌حوصلگی‌ها، ممکن است راه‌حل‌های بزرگ و ایده‌های خلاقانه‌ای به ذهنمان برسند، و چه بسا گاهی تفکر عمیق یعنی تحمل بی‌حوصلگی.

چرا دست زیاد است؟

ایده‌ای در ذهنمان شکل می‌گیرد (یا بهتر است بگوییم جرقه‌ای). گُر می‌گیریم و دلمان می‌خواهد ارشمیدس وار جار بزنیم: «یافتم! یافتم!»

سریع در ذهنمان دربارهٔ آیندهٔ ایده‌مان هزار تا خیال می‌بافیم و به سودها و رابطه‌ها و دست‌آوردهای عجیب‌غریبی فکر می‌کنیم که انتظار داریم آن ایده در پی داشته باشد. برای این که اولین قدم را برداشته باشیم، می‌نشینیم پای گوگل و شروع می‌کنیم به سرچ کردن نام دامنه و خدا خدا می‌کنیم که دامنهٔ مدنظرمان قبلاً نپریده باشد.

بعد به این نتیجه می‌رسیم که سرچ کنیم و ببینیم بقیه دربارهٔ ایده‌مان کاری کرده‌اند یا نه. با وجود تصور اولیه‌مان، می‌بینیم خیلی کارها شده است. صفحه پشت صفحه باز می‌کنیم و گرم پرسه‌زدن در آن‌ها می‌شویم. در این حالت، به خودمان می‌گوییم: «چرا این قدر دست زیاد است؟!» و بعید نیست همین پرسش ناامیدکننده را بهانه ادامه‌ندادن کنیم.

این قدر به استعداد و توان خودمان ایمان داشتیم که فکر می‌کردیم در اجرای ایده، از همه سرتَر و خوش‌ذوق‌تریم؛ اما صدای آزاردهنده‌ای از درون به ما می‌گوید: «دست زیاد است» و ما هم که اصلاً دوست نداریم «دستمان را بخلیم جایی که دست‌های زیادی خلیده است». بعد هم هزار قصه می‌بافیم؛ مثلاً مانند نادر ابراهیمی به خودمان می‌گوییم: «احساس رقابت احساس حقارت است.» دوست داریم بکراُنَدیش باشیم و بی‌رقیب؛ اما ته دلمان خوب می‌دانیم که این آرزو هم یکی از بهانه‌های همیشگی است برای گریز از عمل.

نتیجه: نگرانی از زیادبودن دست‌ها در هر کاری، می‌تواند مثل سمی مهلک عمل کند و روزه‌روز بین افکار و اعمالمان فاصله بیش‌تری بیندازد. به مرور، به آدمی تبدیل می‌شویم که به دست‌آوردهای دیگران چشم دوخته و مدام امروز و فردا می‌کند و رو به تباهی می‌رود.

خیالتان را راحت کنم: دست همیشه زیاد است. اصلاً تمام سعیمان باید این باشد که در زیادی دست‌ها متمایز بشویم و متمایز بمانیم. سعی کنیم از همهٔ انگشت‌هایمان بهرهٔ بیش‌تری ببریم!

سن مناسب برای نویسندگی

«سن مناسب برای نویسندگی» همان قدر پرت و پلاست که «سن مناسب برای پیاده‌روی» و «سن مناسب برای گردشگری» و «سن مناسب برای عشق‌ورزی». حال، این حرف درخشان احمد شاملو را بخوانیم:

«می‌گویند حالا نوبت جوان‌هاست. این حرف آن قدر بی‌ربط است که گفتن ندارد، مگر از سر فریب‌کاری. من در ۶۶ سالگی تازه دارم فارسی یاد می‌گیرم.»

یکی از ویژگی‌های ذهن‌های توسعه‌نیافته تمرکز روی بهانه‌های بی‌ربط است. نه نویسنده اسب است و نه نوشتن مسابقه اسب‌دوانی است که به اسب‌هایی چابک و جوان نیاز باشد.

واقعیتِ کتمان‌ناپذیرِ کوتاهیِ عمر را که در نظر بگیریم، شاید دریابیم که هر لحظه از زندگی، بهترین زمان برای دنبال کردن کاری است که میل انجام‌دادنش در ما بیدار شده است.

«زنده‌بودن» محکم‌ترین دلیل برای نوشتن و آموختن است.

باورِ بارور شدن

اگر گمان می‌کنیم که نمی‌توانیم خلاق باشیم، نمی‌توانیم.

اگر گمان می‌کنیم که می‌توانیم خلاق باشیم، می‌توانیم.

پیش از هر چیز، باورهای فرد است که او را بارور یا نابارور می‌کند.

بیماری مهلک «خودمرکز جهان‌پنداری»

مورچه که دید آب تمام لانه‌اش را فراگرفته، داد زد: «دنیا را آب برد!»
حالا حکایت ماست. افکار و اعمال خودمان را به همه دنیا تعمیم می‌دهیم.
گمان می‌کنیم جمیع خلائق چشم دوخته‌اند که پای ما روی پوست موز بلغزد تا
آن‌ها قهقهه بزنند.
ولی واقعیت این است:
در سال‌های اولیه کارمان، معمولاً هیچ کس به کار ما توجه چندانی نمی‌کند.
این‌که خیال کنیم انتشار نوشته‌های بد و بیان ایده‌های ضعیف به اعتبارمان خدشه
وارد می‌کند، ناشی از یک خطای شناختی بزرگ است.
دقیقاً نگران از دست رفتن کدام اعتباریم؟
در آغاز کار، هنوز اعتباری کسب نکرده‌ایم که دل‌واپس خدشه‌دارشدنش باشیم.
برای کسب ذره‌ای اعتبار باید سال‌ها عرق بریزیم.

هزار و یک قصه تو

از بام تا شام، برای خودمان قصه می‌بافیم. بله، منظورم همان خودگویی‌هایی است که گاه‌گاه چنان آزاردهنده می‌شوند که برای ساکت‌کردنش‌شان به هر هیاهویی پناه می‌بریم؛ اما هر تجربه‌ای فرصتی است برای ساختن قصه‌ای تازه‌تر و روایتی دیگر تا با آن به آرامش خواب و انرژی بیداری دست یابیم. اصلاً مگر می‌شود برای خودمان داستان‌سرایی نکنیم و دوام بباوریم؟ چه چیزی جز مرگ می‌تواند ذهن قصه‌گوی بشر را خاموش کند؟

صاحب این صفحه‌کلید خیال می‌کند که هر کسی درون خودش شهرزاد قصه‌گویی دارد. در هزار و یک شب، شهرزاد به شرطی زنده می‌ماند که قصه‌ای برای گفتن داشته باشد. مرگ و زندگی او بسته به مهارت قصه‌گویی‌اش است. هزار و یک شب تمثیلی است از زندگی درونی همه ما. اما کمیت شهرزاد درون ما می‌لنگد. او اغلب غرغر و ناله می‌کند، به هزار خرافه و انبوهی از موهومات تخدیری متوسل می‌شود تا قدری از سنگینی تحمل‌ناپذیر هستی بکاهد؛ اما پادشاه بی‌رحم درون ما، برای تمام هزار و یک شب عمرش، به قصه‌های بهتری نیاز دارد. اگر باب طبعش قصه نگوییم، زندگی‌مان به خطر می‌افتد. اگر افسرده می‌شویم، خودتخریبی می‌کنیم، چوب لای چرخ دیگران می‌گذاریم، معتاد می‌شویم و حتی خودکشی می‌کنیم، از آن روست که قصه‌گوی خوبی نیستیم. البته مراد از قصه خوب خیال‌بافی‌هایی محض تفریح و سرگرمی و پرت‌کردن حواس خودمان نیست، که بین خیال‌بافی و قصه‌گویی تفاوت بسیار است. ما تشنه روایت‌هایی هستیم که ما را پیش ببرند و به عمل وادارند؛ تشنه قصه‌هایی که به هزار و یک شب عمرمان ارزش و معنا بدهند. اصلاً موفقیت از ره‌گذر مرور و تکرار همین قصه‌های درونی حاصل می‌شود. برای بهتر زیستن، فقط باید قصه‌های بهتری برای خودمان تعریف کنیم؛ آن‌وقت بقیه کارها خودشان پیش می‌روند. اگر قصه‌گوی درون ما نمی‌تواند ما را به سوی کمال انسانی‌مان ببرد، شاید باید روی مهارت قصه‌گویی‌اش بیش‌تر کار کند.

ما این گونه هدر می‌رویم

گاهی با نوشتن، از نوشتن طفره می‌رویم.

گاهی با خواندن، از خواندن طفره می‌رویم.

گاهی با فیلم دیدن، از فیلم دیدن طفره می‌رویم.

گاهی با کار کردن، از کار کردن طفره می‌رویم.

نتایج بعضی تحقیقات روان‌شناختی نشان داده که بسیاری از افراد وقتی به مرحله‌ی نهایی تصمیم‌گیری می‌رسند، ترجیح می‌دهند موقتاً طرف ابتذال و کار راحت‌تر را بگیرند؛ مثلاً در تعطیلی آخر هفته، به جای تماشای یک شاه‌کار سینمایی هنرمندانه که مدت‌ها شوق دیدنش را داشته‌اند، ترجیح می‌دهند فعلاً یک کمدی آبکی ببینند و خوش باشند و دیدن فیلم‌های مهم‌تر را به زمانی نامعلوم موکول کنند. ما هم در مطالعه و کار، به همان سیاق، این چنین عمل می‌کنیم:

به احترام عنکبوت‌های کتاب‌خانه (!) دست به شاه‌کارهای کلاسیک نمی‌زنیم و در عوض، دنبال کتاب‌های بازاری و مُد روز می‌رویم. سال‌های سال، در پروژه‌های بی‌ثمر دیگران فرسوده می‌شویم و از سروشکل دادن به کسب‌وکار ایدئالمان غفلت می‌کنیم و نمی‌نویسیم مطالبی را که خواسته‌ایم بنویسیم و باید بنویسیم.

بیش‌تر، خودمان را با آماده‌شدن گول می‌زنیم. می‌گوییم: «فعلاً که تمرین می‌کنم و دارم یاد می‌گیرم. بالاخره به روز کتاب خودم رو هم می‌نویسم.»

و در نهایت، تمام ذوق و قریحه‌مان در استوری اینستاگرام و تایم‌لاینِ توییتر هرز می‌رود. شاید لازم است روی کاغذ بزرگی بنویسیم: «کی می‌ری سر اصل مطلب؟» و بچسبانیمش مقابل چشمانمان.

کشف «اصل مطلب» گاهی سهل است؛ اما در بیش‌ترِ مواقع این‌طور نیست و مستلزم پیمودن مسیری دشوار است. این‌که دریابیم دقیقاً باید برای چه چیزی عرق بریزیم، موفقیت‌کم‌یابی است که خود با عرق‌ریختن به دست می‌آید. باید عرق بریزیم تا بفهمیم باید برای چه چیزی عرق بریزیم.

یک دوره آموزشی آنلاین بسازیم

درباره موضوعی که دوست داریم، یک دوره آموزشی پویا برگزار کنیم. تصمیم بگیریم چند سال مداوم برای دوره‌مان زحمت بکشیم و آن را کامل و کامل‌تر کنیم.

شاید قصد تدریس نداشته باشیم، یا شاید حس کنیم در این کار استعداد یا مهارت کافی نداریم. باین حال، پیش‌نهاد من هم‌چنان پابرجاست. باز هم تأکید می‌کنم که برای طراحی و اجرای یک دوره آموزشی وقت بگذاریم؛ چون با این کار، خرده‌مهارت‌های بسیاری را یاد می‌گیریم.

با چنین تلاشی، مسیر مطرح‌شدن خودمان در قدوقامت فردی تأثیرگذار را تسهیل می‌کنیم؛ چون در جایگاه یاددهنده، نگاه‌ها به ما تغییر می‌کند. به‌علاوه، تلاش برای یاددادن همواره موتور یادگرفتن را روشن نگه می‌دارد. به‌یاد داشته باشیم که تولید و نشر محتوا ذاتاً فعالیتی آموزشی است.

خلق ایده

داشتن «هزار ایده اجراننده» بهتر از نداشتن ایده است. ممکن است بگوییم اصلاً ایده‌ای به ذهنمان نمی‌رسد که حالا بخواهیم نگران اجرایش هم باشیم؛ اما این حقیقت را در نظر داشته باشیم که یکی از علت‌های ایجاد چنین تصور دل‌سردکننده‌ای، داشتن افکاری محدودکننده درباره اجرای ایده است، به‌ویژه فکرکردن به جزئیاتش.

اگر از لحظه اول تولد ایده مدام به جزئیات اجرایش فکر کنیم، ایده مجالی برای نمایش و پرورش نمی‌یابد. در چنین حس و حالی، غالباً زور افکار منفی می‌چربد و ایده ما در نطفه خفه می‌شود.

حالا وقت خوبی برای شروع کردن است

زمانی که من و مازیار اولین شماره مجله مان را چاپ کردیم، از ابزارهای کامپیوتری فقط یک فلش داشتیم. دست تنها بودیم و حتی اتاق کار هم نداشتیم؛ اما بعداً همه این‌ها فراهم شد.

زمانی که اولین وبلاگم را راه‌اندازی کردم، نه کامپیوتر داشتم، نه کافی‌نتی نزدیک خانه مان بود؛ اما همان وبلاگ ساده دوران نوجوانی زمینه‌ساز پیدا کردن اولین شغلم شد.

زمانی که تصمیم گرفتم کتابی کوچک و کاربردی بنویسم، هیچ ایده‌ای نداشتم؛ اما روزی که نوشتنش را شروع کردم، تا پایان شب، پیش‌نویس کُلش را نوشتم.

بعدها، موقعیت و اعتبار حرفه‌ای یافتم؛ اما در بسیاری از ارتباطات حرفه‌ای، از پیش‌قدم‌شدن ظفره می‌رفتم. به منابع و محتواها و امکانات و اطلاعات فراوانی دسترسی پیدا کردم؛ اما از آغاز کردن پروژه‌ای که قلبم برایش می‌تپید، دور و دورتر می‌شدم. دفتر کار خوب و آرام و مجهزی داشتم؛ اما شروع نوشتن کتابی را که ایده‌اش در ذهنم شکل گرفته بود، مدام به تأخیر می‌انداختم.

پای درددل آدم‌ها که بنشینیم، ۹۰ درصد حرف‌هایشان را می‌توانیم با گذاشتن این هشتگ به ذهن بسپاریم: #رنج_شروع_نکردن.

رنج شروع نکردن چنان مهلک است که شاید فقط بتوانیم آن را با رنج ناشی از ورشکستگی و بیماری و ازدست‌دادن عزیزان قیاس کنیم.

تنها چیزی که باید از آن بترسیم، شروع نکردن است. هر قدر دیرتر آغاز کنیم، وسواس شروع کار سخت‌تر می‌شود. شروع کردن انرژی و انگیزه نمی‌خواهد، حتی امکانات هم نمی‌خواهد. این‌ها چیزهایی هستند که پس از آغاز کردن به دست می‌آیند، نه پیش از آن. ایساک دینسن زمانی گفته بود که هر روز کمی می‌نویسد، آن هم نه با امید و نه با نومیدي. شاید لازم است ما نیز همین الآن شروع کنیم؛ بدون امید و بدون ناامیدی. آغاز هر کاری کاشتن بذری شادی است، حتی اگر نتیجه کار شکست مطلق باشد. کهن سالان و بیماران در شرف موت نه حسرت شکست حاصل از کارهای انجام داده، بلکه حسرت کارهایی را می‌خورند که دیگر فرصتی برای آغازشان نمانده است.

ای کاش همین الآن شهامت آن را داشته باشیم که در هر حالتی، حتی رنجور و مضطرب و چرکین، شروع کنیم. مگر نه این‌که هر انسانی همین گونه پا به جهان می‌گذارد؟! کتاب را ببندیم و بی‌درنگ، در شاهراه تأثیرگذاری قدم بگذاریم. قرن جدید در انتظار ماست.

شاهراه تأثیرگذاری کتابی دربارهٔ خلق زندگی خلاقانه است.
در این کتاب، با ایده‌های گوناگونی برای برندسازی شخصی از راه خواندن،
نوشتن، تولید محتوا و تأثیرگذاری آشنا می‌شوید.

این کتاب به شما کمک می‌کند:

- ◆ برای تبدیل شدن به فردی تأثیرگذار برنامه بریزید.
- ◆ بهتر مطالعه کنید و از آموخته‌هایتان بهرهٔ بیشتری ببرید.
- ◆ فاصلهٔ مغز و دستتان را کم کنید و راحت و خلاقانه بنویسید.
- ◆ ایده‌ها و افکارتان را در سطح گسترده‌تری هم‌رسانی کنید.
- ◆ جامعهٔ هدف خودتان را بشناسید و مخاطبان و معاشران تازه‌ای بیابید.
- ◆ برند شخصی خودتان را بسازید و قصهٔ زندگی‌تان را به روایتی الهام‌بخش تبدیل کنید.



شاهین کلانتری فعالیت در عرصهٔ هنر و رسانه را از سال ۱۳۸۴ آغاز کرد. اولین اثرش همان سال در مجلهٔ *طنز و کاریکاتور* به چاپ رسید. پس از آن، بیش از یک دهه در مطبوعات کار کرد. کاریکاتور کشید، مقاله نوشت و در نهایت، دبیر و سردبیر شد. مدتی هم در جشنواره‌های کاریکاتور شرکت کرد و با آثارش حدود چهل جایزهٔ داخلی و خارجی برد؛ اما بعدتر که ادبیات و آموختن برایش جدی‌تر شد، کاریکاتور و روزنامه‌نگاری را رها کرد و یک‌سره، غرق خواندن و نوشتن شد. چندسالی است که «مدرسهٔ نویسندگی» را اداره می‌کند و سخنرانی و مشاوره و تدریس و تولید محتوا بخش عمدهٔ فعالیت‌های او را تشکیل می‌دهند. اولویت کلانتری در مسیر آموزش، ارتقای مداوم «دورهٔ آنلاین نویسندگی خلاق» است.

