



مُسَوِّدَة الكاتب

دليل تعلم تقنيات وأنواع الكتابة

وائل مبارك

مُسودة الكاتب

دليل تعلم تقنيات وأنواع الكتابة

وائل مبارك

مُسوّدة الكاتب

وائل مبارك خضر
دبي - الإمارات العربية المتحدة
البريد الإلكتروني: wailmobarak@live.com
نوفمبر 2024م

تصميم الغلاف
غدير حمدي

المراجعة اللغوية والتنسيق
وفاء موسي حماد

رخصة المشاع الابداعي



محتوى الكتاب

1 المقدمة

3 المحور الأول: مقدمة في عالم الكتابة

7 المحور الثاني: أنواع الكتابة

23 المحور الثالث: أساليب وتقنيات الكتابة

26 المحور الرابع: من الفكرة إلى الصفحة

31 المحور الخامس: تحديات الكتابة

34 المحور السادس: أدوات وموارد الكاتب

37 المحور السابع: النشر وتسويق الأعمال

المقدمة

هذا الكتاب هو عبارة عن مجموعة من ملخصات الدورات التدريبية التي قدمتها حول فنون الكتابة، إلى جانب مجموعة مختارة من المقالات التي نشرتها على مدار السنوات الماضية. يهدف الكتاب بشكل أساسي إلى مساعدة الشباب العربي الذين يطمحون لدخول عالم الكتابة، وكذلك كل من يسعى إلى تحسين مهاراته الكتابية.

أتمنى أن تساهم هذه الإصدار في تشجيع العديد من الشباب العربي الذين يمتلكون شغفاً بالكتابة على تطوير مهاراتهم واكتساب بعض المعرفة في فنون الكتابة وأدوات النشر. هناك العديد من الموهوبين الذين لا ينشرون أعمالهم بسبب النقد الذاتي العالي لديهم، ويأمل هذا الكتاب أن يساعدهم في تجاوز هذه المرحلة.

من الضروري أن أوضح أن الكتابة هي عملية إبداعية لا يمكن حصرها في إطار معين. كل شخص يمكنه اكتشاف أسلوبه الخاص وابتكار تقنيات جديدة للكتابة. ومع ذلك، فإن محتوى هذا الكتاب يمثل جهداً موجهاً لأولئك الذين يرغبون في التعلم والتطوير والتعرف على أشهر التقنيات والأساليب المعروفة في مجال الكتابة.

أصدر هذا الكتاب مع نهاية هذا العام، بعد ان قضيت 14 عاماً في مجال الكتابة، تمكنت خلال هذه المسيرة من تأليف كتابين مطبوعين، ونشر

سبع إصدارات رقمية، بالإضافة إلى أكثر من 500 تدوينة ومقالة، وحوالي 100 نشرة صحفية. كانت هذه السنوات مليئة بالتحديات والنجاحات التي أسهمت في إثراء تجربتي وصقل مهاراتي الكتابية.

هذا الكتاب لا يعكس بأي حال من الأحوال تفوقاً في مجال الكتابة، ولا أدعي أنني قد امتلكت زمام الكتابة بالكامل، فما زلت أتعلم وأطور من مهاراتي. بالنسبة لي، الكتابة هي أسلوب حياة وعملية مستمرة للتحسين.

لا تزال فرحتي الأولى عالقة في ذاكرتي عندما نُشرت أولى مقالاتي في صحيفة "السوداني" في قسم "برلمان القراء" عام 2010. حينها، قلت في نفسي إنني سأصدر يوماً ما كتاباً كاملاً، رغم أن ذلك كان يبدو بعيد المنال؛ فقد كان كتابة مقال واحد تستنزفي لأيام طويلة.

أختم هذه المقدمة بمقولة الأديب الطيب صالح التي أحبها: "ثمة آفاق كثيرة لا بد أن تزار، ثمة ثمار يجب أن تقطف، كتب كثيرة تقرأ، وصفحات بيضاء في سجل العمر سأكتب فيها جملاً واضحة بخط جريء".

وائل مبارك

31 أغسطس 2024

المحور الأول: مقدمة في عالم الكتابة

تعريف الكتابة

الكتابة هي عملية تحويل الأفكار الكامنة إلى كلمات نابضة بالحياة، وهي وسيلة للتعبير عن الذات والمشاعر، فضلاً عن كونها أداة فعالة للتواصل بين الكاتب والجمهور في جميع أنحاء العالم. اصطلاحاً، تُعد الكتابة شكلاً من أشكال التواصل البشري الذي يعتمد على اللغة والرموز لنقل الأفكار والمعلومات.

اخترع الإنسان الكتابة للحفاظ على الإنتاج الفكري والميراث الثقافي والعلمي من الاندثار، ولتمكين الأجيال اللاحقة من الاستفادة منها. تاريخياً، ظهرت الكتابة لأول مرة على الألواح الطينية باللغة المسمارية حوالي 3600 ق.م، حيث كان يتم نقش الرموز على الطين الطري ثم يُجفف في الشمس أو النار. كما ابتكر المصريون القدماء الكتابة الهيروغليفية حوالي 3400 ق.م، واخترعوا الورق لاحقاً، مما أسهم في انتشار الكتابة وتطورها على مر العصور.

شغف الكتابة

الشغف هو العنصر الأساسي في عملية الكتابة الإبداعية، إذ يمثل الدافع الذي يدفع الكاتب إلى الانغماس في الكتابة وتطوير ذاته. لذلك، يجب على كل كاتب أن يحدد هدفه من الكتابة وأن يطرح على نفسه السؤال الجوهرى: "لماذا أكتب؟".

كلما زاد اطلاع الكاتب وتعمقه في القراءة، زادت قدرته على تحسين مهاراته الكتابية. لا يمكن للشخص أن يصبح كاتباً متميزاً دون أن يكون في البداية قارئاً جيداً. كثير من الكتاب يمتلكون موهبة فطرية في الكتابة، لكن هذه الموهبة تحتاج إلى صقل مستمر من خلال القراءة. القراءة ليست فقط البداية، بل هي الطريق الذي يجب أن يسلكه كل كاتب لتطوير قدراته. هنالك عدد من الدوافع التي تساهم في تشجيع الشخص على الكتابة، وتمثل له زائداً مستمراً طيلة حياته للمواصلة في النشر والكتابة، منها: الرغبة في التعبير عن الذات، مشاركة التجارب الحياتية، ونشر المعرفة والعلم.

مدخل إلى عالم الكتابة

إليك 5 ممارسات رئيسية هي بمثابة مدخل إلى عالم الكتابة:

1. القراءة الكثيرة

القراءة هي المدخل الأساسي لعالم الكتابة. لا يمكن أن يصبح الشخص كاتباً جيداً إلا إذا كان قارئاً نهماً. من خلال القراءة، يتعلم الكاتب أساليب الكتابة المختلفة ويكتسب المزيد من المصطلحات. في تجربتي الشخصية، ساعدتني القراءة اليومية للصحف والمجلات والكتب العامة أثناء فترة الجامعة في تطوير مهاراتي الكتابية بشكل ملحوظ.

2. الكتابة لنفسك

الكتابة هي عملية إبداعية تُعبر عن الشخص ذاته. لا ينبغي أن يكون الهدف من الكتابة هو نيل إعجاب الآخرين، بل الاستمتاع بها أولاً. كما قال الكاتب الشهير ستيفن كينج: "إن الكاتب الحقيقي لا يكتب بحثاً عن الإعجاب والتقدير، بل يكتب لأنه يمتلك فكرة يريد مشاركتها مع العالم وإلهامهم".

3. الكتابة كل يوم

إذا كنت تقرأ كل يوم، فستتمكن من الكتابة كل يوم أو على الأقل بصورة منتظمة. الكتابة مهارة مثل أي مهارة أخرى، تحتاج إلى تطوير مستمر. عندما بدأت، كنت أشارك بالكتابة يومياً في المنتديات الإلكترونية، مما ساعدني على تحسين مهاراتي من خلال تعلي من كتابات الآخرين، ثم تطورت كتاباتي لاحقاً عبر نشر مقالات في مدونتي الشخصية.

4. تطوير الأسلوب

تطوير أسلوب الكتابة هو عملية مستمرة تتطلب التعلم من المؤلفين الذين يلهمونك ويكتبون في نفس تخصصك. ليس من الضروري أن تكون خبيراً في الإعراب والنحو من البداية؛ مع مرور الوقت والممارسة المستمرة ستتعلم القواعد اللغوية والإملائية بشكل تدريجي. التجربة والكتابة المتواصلة هما المفتاح لتطوير مهاراتك في الكتابة.

5. توثيق الكتابات

تعتبر عملية توثيق الكتابات أمراً بالغ الأهمية لأسباب عدة. أولاً، يساعدك التوثيق في متابعة تطور رحلتك الإبداعية منذ بدايتها، مما يمنحك فرصة لملاحظة التقدم الذي تحرزه مع الوقت. ثانياً، يمثل التوثيق تاريخاً لأعمالك، فقد تكون إحدى كتاباتك مصدر إلهام لكتابة كتاب أو نص مسرحي في المستقبل. بالإضافة إلى ذلك، فإن الاحتفاظ بكتاباتك يُمكنك من المشاركة بها في مسابقات التأليف أو الشعر.

المحور الثاني: أنواع الكتابة

تتنوع أشكال الكتابة بين الكتابة الأدبية والكتابة الوظيفية والكتابة الأكاديمية والتسويقية. في هذا المحور، نلقي الضوء على تلك الأنواع وخصائصها وأبرز أشكالها، ونستعرض تقنيات كل منها في السرد والبناء، لنسهم في تمكين الكتّاب من تقديم أعمالهم بمستوى احترافي يعكس ذواتهم وأفكارهم بأسلوب رفيع.

أولاً: الكتابة الأدبية

تُعرف الكتابة الأدبية بأنها: التعبير عن الأفكار والعواطف والانفعالات النفسية والرؤى الشخصية بأسلوب أدبي، مع الابتكار في الفكرة وتخيّل المعاني. ومن أهم أنواعها القصة القصيرة والرواية.

1. القصة القصيرة

القصة القصيرة هي إحدى أشهر أشكال الأدب السردى، وتُعرف بأنها سرد لحادثة واحدة أو مجموعة من الأحداث، تنتهي عادةً بنهاية غير متوقعة أو مثيرة.

يتطلب كتابة القصة القصيرة إتقان مجموعة من العناصر الرئيسية لضمان نجاحها، وهي⁽¹⁾:

- **الحبكة:** تتضمن سلسلة الأحداث والتغيرات التي تحدث للشخصيات.

⁽¹⁾ تقنيات الكتابة، ترجمة: رعد عبد الجليل، ط3، 2011م.

- الشخصيات: تشمل وصف الشخصيات الرئيسية والثانوية بشكل مختصر.
- المشهد: وصف موقع وزمان الأحداث لتحديد السياق.
- الصراع: تحديد المشكلة أو التحدي الذي تواجهه الشخصيات.
- العقدة: نقطة التحول والحسم في الصراع.
- الحل: كيفية حل المشكلة الرئيسية أو الوصول لنهاية القصة.
- البنية السردية: تتضمن الزمن والمنظور وطريقة رواية القصة.
- اللغة والأسلوب: استخدام لغة مشوقة ومتجانسة مع السياق.
- الدلالة: الفكرة أو المعنى العميق الذي ترمي إليه القصة.

✍ تقنيات كتابة القصة القصيرة تشمل:

- التلميح المبكر: استخدام تلميحات أو مؤشرات مبكرة في القصة للإشارة إلى ما سيحدث في المستقبل.
- الوصف البصري: استخدام اللغة الوصفية لإيجاد صور بصرية قوية في عقول القراء.
- التشبيه والمقارنة: استخدام مقارنة تشبيه بين عنصرين غير مترابطين لإيصال فكرة أو صورة.

2. الرواية

الرواية هي سلسلة من الأحداث تُسرد بسرد نثري طويل يصف شخصيات خيالية أو واقعية وأحداثاً على شكل قصة متسلسلة. تتطلب الرواية سرداً معقداً ومنحنيات قصصية متعددة، ولها عدة أنواع منها: الرواية التاريخية، الرواية البوليسية، الرواية الهزلية وغيرها.

يعتمد المؤلفون على تقنيات سردية متنوعة للرواية، من أبرزها:

- النهاية غير المتوقعة: النهايات المفاجئة تثير إعجاب القراء أكثر من النهايات التقليدية.
- الاكتشاف: يتضمن السرد اكتشاف البطل لحقيقة أساسية عن نفسه
- الراوي غير الموثوق: لسرد من منظور غير متوقع، مثل سرد القاتل للقصة، ليكتشف القراء هويته في النهاية.
- السرد المقلوب: تبدأ القصة من نهايتها وتنتهي ببدايتها.
- السرد غير المنتظم: أحداث الرواية لا تدور حسب ترتيبها الزمني.
- التحول: أن يقود سيناريو الرواية إلى تحول كبير في قدر البطل وحظه.
- العدالة الشعرية: المجرم ينال عقابه بنفس الطريقة التي أعدها لضحاياه.

ثانياً: الكتابة الوظيفية

الكتابة الوظيفية هي أسلوب كتابة مخصص لأهداف محددة تتعلق بالتواصل الرسمي أو المهني. تركز على توصيل المعلومات بوضوح، وشرح

الخطوات أو الإجراءات المطلوبة، أو التأثير على القرارات بطريقة مباشرة. هذا النوع من الكتابة يبتعد عن الأساليب الأدبية التي تهتم بالتعبير الفني والشخصي، ويولي اهتماماً أكبر للمضمون والمعلومات الضرورية. ومن أهم أنواعها: الكتابة الصحفية والكتابة التسويقية.

1. الكتابة الصحفية

تشتمل الكتابة الصحفية على أنواع متعددة، نتناول هنا نوعين أساسيين هما: البيان الإعلامي والمقال الصحفي.

• البيان الإعلامي

تعد البيانات الإعلامية أداة حيوية للشركات لتعزيز حضورها وتأثيرها في السوق. وتلعب دوراً محورياً في استراتيجيات الاتصال المؤسسي، حيث تساعد على نقل الرسائل الأساسية للشركة بوضوح وفعالية. بالإضافة إلى ذلك، تسهم البيانات الإعلامية في بناء علاقات قوية مع وسائل الإعلام والجمهور، سواء من خلال المواقع الإلكترونية الخاصة بالشركة أو عبر الصحف ووسائل الإعلام التقليدية.

تتمثل أهمية البيانات الإعلامية في تحسين صورة الشركة، والاستجابة السريعة للأحداث والتطورات، وبناء مصداقية وثقة مع الأطراف المعنية المختلفة. سنتناول في هذا السياق كيفية إعداد وكتابة البيانات الإعلامية أو النشرات الصحفية بشكل احترافي.

متى يجب إعداد بيان إعلامي؟

يتعين على قسم العلاقات العامة والاتصال المؤسسي في الشركات أن يضع سياسات واضحة تحدد متى يجب نشر بيانات إعلامية. وغالباً ما تُنشر البيانات الصحفية في مناسبات رئيسية مثل:

- إطلاق منتج أو خدمة جديدة.
- توقيع شراكات أو عقود جديدة.
- الفوز بجوائز إقليمية أو دولية.
- الإعلان عن مبيعات سنوية أو إنجازات مالية.
- إطلاق حملات تسويقية موسمية.
- ترقية مدراء أو تعيين أعضاء جدد في مجلس الإدارة.

ما هو أسلوب صياغة البيان الإعلامي؟

يفضل عند كتابة البيان الإعلامي استخدام لغة واضحة ومباشرة، مع تجنب المصطلحات التقنية المعقدة التي قد يصعب فهمها على الجمهور العام. كما يجب تنسيق النص باستخدام العناوين الفرعية والخطوط البارزة لتسهيل قراءته. من المهم أيضاً تجنب الأخطاء الإملائية والنحوية، حيث يؤثر ذلك سلباً على مصداقية الشركة.

ما هي عناصر البيان الإعلامي؟

يجب توفر عدد من المعلومات الأساسية والتي تعتبر عناصر مهمة في البيان الإعلامي لا يمكن تجاوزها، تسمى عناصر الخبر الخمسة (5Ws) والتي تتمثل في التالي:

- ما هو الخبر الرئيسي أو الحدث؟
- أين سيحدث الحدث؟ (الموقع: المدينة أو الدولة)
- متى سيحدث الحدث؟ (التاريخ والفترة الزمنية)
- من هو الشخص الرئيسي في الحدث؟ (مثل مدير الشركة أو ضيف الشرف)
- لماذا يعتبر هذا الحدث مميزاً؟ وهل يستحق النشر؟

هيكلة البيان الإعلامي:

- يملك كل مُحرر وكاتب أسلوبه في تنسيق البيان على حسب امكانياته الإبداعية ولكن سأوضح هنا الهيكله الأساسية لكل بيان إعلامي، يجب على كل كاتب الاهتمام بها وهي:
- **العنوان الرئيسي:** يجب أن يكون العنوان مختصراً ومباشراً، يتراوح بين 4 إلى 5 كلمات، ويعبر بوضوح عن جوهر الخبر.
 - **المقدمة:** يجب أن تتضمن المقدمة ملخصاً موجزاً للبيان الإعلامي بحيث يمكن للقارئ استيعاب الفكرة الأساسية من خلال المقدمة فقط.
 - **المتن:** هنا يتم تقديم تفاصيل إضافية حول الحدث، مع إمكانية إدراج أرقام وإحصاءات لدعم الرسالة، إن وجدت.
 - **الاقتباس:** من العناصر الأساسية للبيان هو إضافة اقتباس من المسؤول الرئيسي، مثل المدير التنفيذي للشركة أو ضيف الشرف، لإضفاء مصداقية ووجهة نظر رسمية.

- الخاتمة: تلخص النتائج المتوقعة للحدث أو تعزز الإنجازات الأخيرة للشركة.
- نبذة عن الشركة: في نهاية البيان، يجب تقديم نبذة مختصرة عن الشركة أو المؤسسة التي أصدرت البيان، مع تقديم بيانات التواصل المناسبة.

يُفضل دائماً أن يُرفق البيان الإعلامي ضمن ملف صحفي متكامل، حيث يُعد الملف الصحفي مجموعة من المواد الإعلامية والترويجية التي تقدمها الشركة لوسائل الإعلام بهدف مساعدتهم في كتابة تقارير أو مقالات دقيقة عن الشركة. يُسهم إعداد ملف صحفي جيد في ضمان أن تكون التغطية الإعلامية متوافقة مع رسائل الشركة الأساسية وتهدف إلى تقديم صورة دقيقة ومتكاملة عن الحدث أو المنتج.

يُعتبر الملف الصحفي أداة مهمة ضمن استراتيجية العلاقات العامة للشركة، حيث يُعزز من قدرة وسائل الإعلام على تقديم محتوى ذو جودة عالية، ويقلل من فرص التحريف أو سوء الفهم للمعلومات المتعلقة بالشركة.

عادة ما يتضمن الملف الصحفي العناصر التالية:

- البيان الإعلامي: النص الكامل للبيان الإعلامي الذي يعرض الحدث أو المنتج أو الخدمة بطريقة مهنية.
- معلومات تفصيلية عن المنتج أو الخدمة: يشمل وصفاً شاملاً للمنتج أو الخدمة المعنية، مع إبراز المزايا والفوائد بشكل مفصل.

- **صور عالية الدقة:** لتسهيل استخدام الصور في الوسائل الإعلامية، يتم توفير صور عالية الجودة تظهر المنتج، الحدث، أو الشخصيات الرئيسية.
 - **فيديو عالي الدقة:** إذا كان هناك مؤتمر صحفي أو مراسم افتتاحية، يُفضل تقديم فيديو توثيقي عالي الجودة لإظهار أهم اللحظات.
 - **السير الذاتية للمتحدثين ومدراء الشركة:** لتوفير خلفية معلوماتية عن الشخصيات المهمة المشاركة في الحدث، تُرفق سير ذاتية مختصرة للمتحدثين أو المدراء التنفيذيين.
- يسهم الملف الصحفي في تحسين العلاقة بين الشركة ووسائل الإعلام، حيث يتيح للصحفيين والمحررين الحصول على المعلومات الأساسية والمطلوبة بسرعة وبدقة، مما يُسهم في زيادة جودة التغطية الإعلامية ويضمن توافق الرسائل مع الاستراتيجية الإعلامية للشركة.

• **المقال الصحفي**

من أبرز أنواع الكتابة الصحفية هو **المقال الصحفي**، والذي يهدف إلى تقديم رؤية تحليلية وشخصية من الكاتب حول قضية عامة. يختلف المقال الصحفي عن البيان الصحفي، حيث يعكس البيان الصحفي موقف المؤسسة الرسمي، بينما يمثل المقال الصحفي رأي الكاتب الفردي.

في المقال الصحفي، يقوم الكاتب بعرض وجهة نظره وتحليلاته، وقد يقترح حلولاً أو رؤى جديدة حول القضايا المطروحة. يمكن أن تتنوع موضوعات المقال الصحفي لتشمل المجالات السياسية، الثقافية، الرياضية، أو غيرها من جوانب الحياة.

وللمقال الصحفي عدة خصائص مميزة، تشمل:

- **الصحة والموضوعية:** يجب أن يستند المقال إلى معلومات دقيقة وموثوقة.
- **تناول جميع زوايا القضية:** تقديم صورة متكاملة من خلال تحليل شامل للقضية من مختلف الجوانب.
- **اتساق الأسلوب مع نوعية المقال:** يجب أن يتوافق أسلوب الكتابة مع طبيعة الموضوع، سواء كان اجتماعياً أو رياضياً أو سياسياً، وغيرها.

ثالثاً: الكتابة الأكاديمية

تُعد الكتابة الأكاديمية واحدة من أهم أنواع الكتابة العلمية، حيث يلتزم الكاتب فيها بمجموعة من الشروط والقواعد الخاصة التي تضمن تحقيق منهجية علمية دقيقة. تُعتبر الكتابة الأكاديمية الطريق الأمثل للوصول إلى نتائج واضحة ومفهومة في الأبحاث والدراسات، التي تتطلب تسلسلاً منهجياً يتضمن العديد من العناصر المتشابهة. ومن أبرز أشكال الكتابة الأكاديمية: البحوث، والدراسات، والرسائل العلمية، والأطروحات، والتقارير، والمقالات العلمية المعدة للنشر.

يتوجب على الباحث أو الكاتب العلمي أن يُحدد بدقة نوع الكتابة الأكاديمية التي يعمل عليها، لأن كل نوع يتضمن مجموعة من العناصر الخاصة التي تتناسب مع طبيعته. فالكتابة الأكاديمية تختلف تبعاً لنوع المشاركة العلمية المطلوبة، على سبيل المثال:

- **المقالات (Articles):** تتطلب تقديم معلومات وتحليلات مركزة حول موضوع معين.
- **مراجعات الأوراق البحثية (Review Papers):** تتطلب مراجعة وتحليل الدراسات السابقة في مجال محدد.

أخلاقيات الكتابة الأكاديمية

- للكتابة الأكاديمية أخلاقيات وقيم علمية أساسية، من الضروري على كل باحث الالتزام بها. ومن أبرز هذه القيم:
- **الأمانة العلمية:** يُلزم الباحث بتوثيق جميع المصادر التي يستعين بها بشكل أكاديمي صحيح، مما يضمن الحفاظ على مصداقية البحث.
 - **الحيادية والموضوعية:** يجب على الباحث أن يعرض نتائجه وآرائه العلمية بشكل موضوعي، دون تحريف أو تلاعب بالبيانات لتتوافق مع مصالحه الشخصية.
 - **الالتزام بالدقة والمسؤولية:** على الباحث أن يكون دقيقاً في جميع مراحل البحث، وألا يتغاضى عن أي أخطاء أو تفاصيل بسبب الإهمال أو سوء النية.

- احترام حقوق الملكية الفكرية: يجب على الباحث عدم اقتباس أي عمل من الآخرين دون توثيق المصدر، سواء كان الاقتباس مباشراً أو غير مباشر، مع ذكر اسم المؤلف وتاريخ النشر.
- التجرد من التحيز الشخصي: ينبغي على الباحث أن يكون موضوعياً في تحليله ورؤيته، وألا يجعل علاقاته الشخصية تؤثر على تقييمه للعمل العلمي.

متطلبات النشر الأكاديمي في المجلات المحكمة

- قبل أن يُقبل البحث للنشر في مجلة علمية محكمة، هناك مجموعة من المعايير التي يجب الالتزام بها:
- صياغة مشكلة البحث: يجب أن تُعرض مشكلة الدراسة بوضوح ودقة، وتُقدم للقارئ بطريقة تساعد على فهم طبيعتها.
 - مراجعة الدراسات السابقة: على الباحث أن يعرض الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، مع توضيح الثغرات أو الجوانب التي لم تُعالجها تلك الدراسات.
 - اختيار المنهج العلمي: يجب أن يوضح الباحث المنهج المستخدم في الدراسة، الأدوات البحثية، وأفراد العينة المستهدفة.
 - صياغة الفرضيات: من الضروري أن تُكتب فرضيات الدراسة بشكل علمي، مع تحديد نوع الفرضيات (بحثية أو إحصائية).

رابعاً: الكتابة التسويقية

الكتابة التسويقية هي عملية تهدف إلى الترويج للمنتجات أو الخدمات عبر مجموعة متنوعة من الوسائل والمنصات، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والنشرات البريدية. يتميز هذا النوع من الكتابة بقدرته على جذب الانتباه وتحفيز الجمهور على اتخاذ إجراءات معينة، مثل شراء منتج أو الاشتراك في خدمة.

وفي عالم يتسارع فيه التقدم التكنولوجي، أصبح التسويق الإلكتروني والتسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي هما الأساس في استراتيجيات العلامات التجارية. هذه الأدوات ليست مجرد وسيلة للترويج، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف. في هذا السياق، سنستعرض متطلبات الكتابة التسويقية، معاييرها، وفنونها، لنفهم كيف يمكننا استخدام الكلمات بفاعلية لجذب الانتباه وتحقيق الأهداف التسويقية.

متطلبات الكتابة التسويقية على منصات التواصل الاجتماعي

نسبة للنشاط المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي، تتطلب الكتابة التسويقية على هذه المنصات مهارات متعددة، من بينها القدرة على صياغة محتوى مناسب لكل منصة، مع مراعاة حجم النصوص المطلوب لكل منها. يجب أن تكون النصوص الترويجية ذات رسالة واضحة وسهلة الفهم،

وتدعم تجربة المستخدمين عبر مختلف الأجهزة، سواء كانت هواتف محمولة أو أجهزة لوحية أو مكتبية.

✍ معايير هامة لكل خطة محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي

- اختيار الوقت المناسب للنشر: يجب دراسة توقيت النشر بعناية لتحقيق أقصى تأثير، بحيث يتوافق مع أوقات نشاط الجمهور المستهدف.
- الاستفادة من المناسبات العامة والفعاليات ذات الصلة: يمكن استغلال الأحداث الموسمية والفعاليات الكبيرة للترويج للمنتجات أو الخدمات بطريقة تتناسب مع احتياجات السوق والجمهور.
- نشر محتوى معرفي يثقف الجمهور: بالإضافة إلى الترويج المباشر، ينبغي نشر محتوى يقدم معلومات مفيدة للجمهور لتعزيز الوعي والمعرفة بالمنتج أو الخدمة.
- استخدام الرموز التعبيرية والإحصائيات: تُعد الرموز التعبيرية وسيلة فعالة لجذب الانتباه، بينما تعمل الإحصائيات على تعزيز مصداقية المحتوى.

✍ فنون كتابة النصوص الترويجية

من الأساسيات في كتابة النصوص الترويجية القدرة على استخدام عبارات وكلمات مؤثرة، تستهدف الحاجات النفسية للجمهور. ويُعرف هذا الأسلوب بفن تحويل الاحتياجات النفسية إلى عبارات تسويقية مؤثرة، تُحفّز الجمهور على التفاعل والشراء.

إليك قائمة بهذه الكلمات:

م	كلمات مهمة في صياغة المحتوى النصي	مثال 1	مثال 2	مثال 3
1	تحمل معاني قوية	تخفيضات مذهلة	عرض خاص	حصري
2	تثير العاطفة والحواس	سعادة	راحة	أمان
3	تُشعر العميل بالمنتج	قوي	لذيذ	صحي
4	تدعو لأخذ فعل CTA	جرب	اشترك	اشتر
5	تُشعر بالخوف من فقدان	قبل فوات الآوان	الكمية محدودة	اغتنم الفرصة
6	تدعو لاهداء المنتج	احبابك	عائلتك	اصدقائك
7	اثارة أهمية عنصر الوقت	الآن	اليوم	غداً
8	تميز العميل عن غيره	حصرياً لعملائنا	الأفضل	عرض مميز

لهذه الكلمات تأثير كبير على الجمهور وتُحدث فرقاً كبيراً في نجاح الحملة الإعلانية عبر إثارة مشاعر الجمهور وإثارة فضولهم ودفعهم إلى اتخاذ إجراءات ملموسة، سواء من خلال الإعجاب، المشاركة، أو التعليق، مما يزيد من انتشار المنشور.

📝 كاتب المحتوى الإبداعي

تُعتبر وظيفة "كاتب المحتوى الإبداعي" من أبرز الوظائف الإبداعية المطلوبة في السنوات الأخيرة، حيث تُعد ذات أهمية كبيرة في مختلف القطاعات والمؤسسات. وقد أصبحت العديد من الشركات، في الآونة الأخيرة، تمتلك فرقاً متخصصة من الكتّاب والمحريين ضمن قسم

التسويق، وتكمن مهمتهم الرئيسية في كتابة وإدارة المحتوى النصي باللغتين العربية والإنجليزية.

تتطلب صناعة المحتوى على هذه المنصات مهارات فريدة في الكتابة، بالإضافة إلى معرفة عميقة بالتسويق والإعلان، مما يُمكن كاتب المحتوى من استخدام الكلمات المفتاحية المناسبة لكل نص. يجب أيضاً على الكاتب فهم طبيعة جمهور كل منصة، والاختلافات بينها، وحجم النص المتاح (عدد الكلمات). ويشمل ذلك كتابة النصوص التعريفية للمنتجات والخدمات، والنشرات البريدية، والمدونات التسويقية، وغيرها.

تهدف صناعة المحتوى التسويقي أو الترويجي إلى بيع خدمات أو منتجات معينة تُعرض على مواقع الإنترنت. كما يمكن أن تستهدف كتابة المحتوى زيادة عدد المستخدمين الذين يتوجهون إلى موقع معين، أو تحسين ترتيب الموقع في محركات البحث مثل جوجل، أو قد تهدف ببساطة إلى تثقيف وتوعية المستخدمين.

توجد مجموعة من المهارات الأساسية التي ينبغي توفرها في كاتب المحتوى الإبداعي، ومنها:

- القدرة على صياغة نصوص جذابة ومثيرة للاهتمام، تجذب انتباه الجمهور المستهدف وتحفزه على التفاعل.
- معرفة استراتيجيات التسويق بالمحتوى وكيفية تطبيقها لتحقيق أهداف الشركة.

- القدرة على العمل بفعالية ضمن فرق متعددة التخصصات، مثل مصممي الجرافيك.
- الإلمام بأدوات وبرامج تحرير وإدارة المحتوى (CMS).
- معرفة أساسيات تحسين محركات البحث وكيفية استخدام الكلمات المفتاحية.
- التفكير الإبداعي وتقديم أفكار جديدة ومبتكرة لتمييز المحتوى عن المنافسين.
- القدرة على تحليل وفهم اهتمامات واحتياجات الجمهور المستهدف لتقديم محتوى يلبي تطلعاتهم.

المحور الثالث: أساليب وتقنيات الكتابة

يميل الكاتب في بداية مسيرته الإبداعية إلى تقليد أسلوب كاتبه المفضل الذي يقرأ له. يُعتبر هذا الأمر طبيعياً، إذ أن الكتابة هي مهارة تحتاج إلى سنوات من الممارسة المكثفة. ومع مرور الوقت واستمرار الكتابة، سيكتشف الكاتب في نهاية المطاف أسلوبه الفريد.

أساليب الكتابة

توجد عدة أساليب معروفة في الكتابة، تشمل⁽²⁾:

- أسلوب النقل الدقيق: يعتمد على ذكر كل التفاصيل، ويظهر في الروايات والقصص.
- أسلوب الكتابة الحيادية: يتسم بالتجرد وتجنب إظهار أي عاطفة، ويُستخدم في الأخبار الصحفية.
- أسلوب تناول التجربة الشخصية: عكس التجارب الشخصية أو تجارب الآخرين، ويظهر في كتابة المذكرات والخواطر.
- أسلوب التساؤل: يُثير المزيد من الأسئلة حول قضية معينة، ويظهر في كتابة البحوث والمقالات.
- أسلوب الانتقاد: يتطلب صراحة شديدة في الطرح مع الانحياز لرأي معين.
- أسلوب الكتابة الإيجازية: يدعو القارئ للتفاعل واتخاذ قرار، ويظهر في الكتابة الترويجية.

⁽²⁾ يوم من حياة كاتب، ترجمة: علي زين، ط1، 2017م.

- أسلوب التقمص: يُستخدم لإقناع القارئ، ويظهر في كتابات الأعمال المسرحية.
- أسلوب الكتابة التربوية أو المعرفية: يهدف إلى تمليك المعرفة للقارئ، ويظهر في المحتوى التعليمي.

تقنيات الكتابة

هي مهارة يجب على الكاتب إجادة أكبر قدر منها حتى يتمكن من توصيل أفكاره بكل سهولة لمعظم فئات المجتمع. وتشكيل محتوى كتاباته ليتناسب مع عقل القارئ باستخدام الكلمات المفهومة والمتداولة للمجتمع المستهدف.

ومن أهم تقنيات الكتابة:

- استخدام الكلمات والجمل القصيرة.
- اختيار الكلمات التي تحمل معاني دقيقة وواضحة.
- تجنب الأسلوب النمطي أي يجب أن يكون الأسلوب خاليًا من التحيز وفقًا للعرق أو الجنسية.
- الحفاظ على وحدة الجملة بحيث تكون الجملة لها هدف ومعنى موحد.

خطوات تطوير تقنيات الكتابة

اقترح الكاتب "بيتر لي شاك" خمس خطوات إبداعية تساهم في تطوير تقنيات الكتابة لدى الكاتب، وهي (3):

1. التركيز: ذهن الكاتب المبدع لا يسترخي ولا يهدأ ابداً، يجب أن يكون مراقب دؤوب صياد للمعلومات، مدرك وحالم. على كل كاتب ممارسة نمط الكتابة بالتفكير في أهمية السبب الذي يكتب من أجله لأن التركيز هو مفتاح الإبداع.
2. الشكل: احتفظ بدفتر يوميات ولكن قدمها بأشكال متعددة ربما في شكل أسئلة وأجوبة.
3. العزلة: لا أعني بها العيش في كوخ وإنما ببساطة تحديد مكان ومواعيد ثابتة للكتابة، لذلك بمجرد أن تُنشئ حافز الاستجابة للذهاب إلى مكان الكتابة تكون الرسالة الموجهة إلى دماغك "حان وقت الكتابة".
4. الصبر: التطور الإبداعي والقدرة على إنتاج أعمال جيدة، لا يأتي إلا عبر التجربة الطويلة من خلال الزمن والنضج وتراكم المعلومات.
5. الثقة: تأتي الثقة من عاملين رئيسيين هما: أولاً: أنك تستطيع أن تكتب باستمرار. ثانياً: لديك المقدرة لإتلاف ما كتبته والبدء من جديد بأسلوب أفضل وأجمل.

(3) تقنيات الكتابة، ترجمة: رعد عبد الجليل، ط3، 2011م.

المحور الرابع: من الفكرة إلى الصفحة

أولاً: إلهام الكتابة

الإلهام هو حالة ذهنية أو شعورية يتعرض لها الكاتب، تُحفّزهم على الكتابة والإبداع من خلال تناول أفكار جديدة والتعبير بأسلوب إبداعي بليغ. يُمكن أن يكون الإلهام ناتجاً عن تجارب شخصية، مشاهد طبيعية، أفكار معينة، أو حتى من خلال تفاعلات اجتماعية أو قراءة كتب.

يختلف إلهام الكتابة من شخص إلى آخر، فقد يكون المكان الذي يعيش فيه الكاتب أو يزوره هو الدافع الأكبر للكتابة. في بعض الأحيان، يرتبط الدافع بموضوع ضمن تخصص الكاتب أو بقضية اجتماعية. علاوة على ذلك، يجد بعض الكتاب الإلهام حتى في ظل ظروف حياتية صعبة، مما يعني أن الإلهام لا يمكن تحديده بصورة ثابتة، بل يعتمد على طبيعة كل فرد واختلافاته.

تعتبر قضايا المجتمع مصدراً غنياً للإلهام، حيث يستمد الكثير من الكتاب مواضيعهم من الأحداث الاجتماعية، السياسية، والاقتصادية المحيطة بهم. بعض الكتاب يبدعون حتى في ظل ظروف قاسية، حيث تصبح الكتابة وسيلة للتعبير عن معاناتهم وتجاربهم الشخصية. لذا، يتجلى الإلهام بأشكال متعددة ويختلف وفقاً لطبيعة الظروف. يمكن تلخيص مصادر الإلهام فيما يلي⁽⁴⁾:

⁽⁴⁾ كيف تحصل على أفكار، جاك فوستر (النسخة المترجمة)

1. البيئة المحيطة: مشاهد طبيعية، أماكن جديدة، أو حتى الأجواء المنزلية.
2. التجارب الشخصية: المواقف التي مر بها الكاتب في حياته، سواء كانت سعيدة أو مؤلمة.
3. القراءة والمطالعة: قراءة كتب أو مقالات تحفز الفكر وتوسع مدارك الكاتب.
4. التفاعل الاجتماعي: النقاشات مع الآخرين وتبادل الأفكار والمشاعر.
5. الأحلام والتأمل: الأفكار التي تأتي من اللاوعي أو من لحظات التأمل العميق.

يرى الكاتب جاك فوستر، صاحب الكتاب الشهير "كيف تحصل على أفكار"، أن الخروج عن الروتين يعد أحد أهم وسائل الحصول على أفكار جديدة. يشمل ذلك الذهاب إلى أماكن جديدة بوسائل جديدة كاستخدام المواصلات العامة أو الدراجة، تناول الغداء مع أشخاص مختلفين، أو تجربة أنشطة جديدة مثل: الغناء أو الرسم أو الطبخ، خلاصة الأمر هي أن يقوم الكاتب بفعل شيء مختلف للحصول على مدخلات جديدة.

ثانياً: التخطيط والتحضير للكتابة

تأتي خطوة التخطيط للكتابة بعد الحصول على الفكرة الأساسية للمقال أو الكتاب. يبدأ التخطيط بتحديد المكان والزمان المناسبين، بالإضافة إلى تحديد المصادر التي سيتم الاعتماد عليها في العمل. من تجربتي الشخصية في النشر، لدي خطوات أساسية للتحضير لكتابة الكتب. أولها هو إلزام نفسي بقراءة عشرة كتب على الأقل (قراءة تفصيلية

ومقارنة) حول الموضوع الذي أنوي الكتابة عنه، وذلك للتأكد مما إذا كنت أستطيع تقديم شيء جديد يمكن أن يفيد القارئ. ثانياً، أستشير شخصين من الكتاب المخضرمين حول فكرة الكتاب الأولية. يُقسم الكتاب والمؤلفون مراحل تحضير وصياغة الكتاب إلى عدة مراحل، منها:

- **المسودة الأولى:** المحتوى الخام الأساسي للكتاب، دون التركيز على الصياغة والتنسيق.
 - **المسودة الثانية:** يتم تقسيم وترتيب المحتوى والفصول بصورة أفضل.
 - **المسودة الثالثة:** يتم تنسيق المقال أو الكتاب، وإجراء المراجعة الإملائية واللغوية.
- بعض الكتاب يصلون إلى المسودة الخامسة أو السادسة، حسب مراحل التحضير للكتاب، وهذه خطوة تختلف من كاتب لآخر.
- أحد أهم خطوات التحضير والتخطيط للكتابة هو اكتشاف الكاتب لطقوس الكتابة المناسبة له والأجواء التي تناسبه للكتابة، وتحديد الوقت المناسب الذي يمكنه من الكتابة بارتياح وشغف كبير.

هنا دعونا نتعرف على بعض طقوس الكتابة لدى بعض المشاهير:

- **ستيفن كينغ - الكاتب والمؤلف الأميركي المعروف ويعد من أهم كتاب أدب الرعب:** لا يكتب كينغ إلا بقلم حبر من نوع Waterman

Fountain Pen وإن لم يجده لن يكتب، ويصف هذا النوع من الأقلام بأنه أفضل مُحَرَّر نصوص في العالم.

- دان براون- تصدرت أعماله قائمة الكتب الأكثر مبيعاً في العالم وتُرجمت إلى كثير من اللغات : دان براون لا يتمكن من الكتابة إلا عند الرابعة فجراً؛ حيث لا يزال عقله أقل تشويشاً والعالم أقل وضوءاً على حد قوله، وصرح بأنه مقابل كل صفحة نشرت في رواياته كان كتب عشر صفحات انتهت جميعها إلى سلة المهملات.
- جورج آر. آر مارتن - كاتب سيناريو وروائي وكاتب قصص خيال علمي: يكتب مارتن جميع مؤلفاته على جهاز كمبيوتر قديم يعمل على نظام DOS عبر برنامج WordStar 4.0، البرنامج الذي هيمن على سوق برامج تحرير النصوص في الفترة من أوائل إلى منتصف الثمانينات.
- جي. كي. رولينغ -الكاتبة البريطانية الشهيرة صاحبة سلسلة هاري بوتر الشهيرة: كتبت رولينغ سلسلة هاري بوتر مستخدمه رزمة من الأوراق مقسمة إلى مربعات تكتب النصوص بداخلها. وتقول يجب أن نتعلم سرقة اللحظات قد تجد بينها مايجعلك مؤلفاً.

ثالثاً: مراجعة النصوص والتحرير

تُعد مراجعة النصوص والتحرير عملية أساسية تهدف إلى تنسيق الكتابة وإجراء المراجعة النهائية عليها. تشمل هذه العملية المراجعة الإملائية والنحوية، بالإضافة إلى التأكد من سلامة الأسلوب ووضوح المعنى. ينصح معظم الخبراء بتكليف شخص آخر متخصص في هذا المجال للقيام بعملية

المراجعة، إذ أن الكاتب نفسه قد يغفل عن العديد من الأخطاء اللغوية والنحوية بسبب تعوده على النص باعتباره المؤلف. كما يُفضّل أن تتم مراجعة المسودات الأولى بعد فترة من الانتهاء من الكتابة. تساعد هذه الفترة في منح الكاتب رؤية جديدة، مما يمكنه من اكتشاف الأخطاء وتحسين جودة النص بشكل أفضل.

المحور الخامس: تحديات الكاتب

متلازمة الصفحة البيضاء

تُعتبر متلازمة الصفحة البيضاء، المعروفة أيضاً بـ "عقدة الكاتب Writer's Block"، من أكبر التحديات التي تواجه الكتاب والمؤلفين في مسيرتهم الإبداعية. تشير هذه الظاهرة إلى الحالة التي يعجز فيها الكاتب عن إكمال ما بدأه من نص أو عن الحصول على أفكار جديدة.

يمكن أن تحدث هذه المتلازمة نتيجة لعدة عوامل، منها نقص الإلهام، والرغبة في كتابة نص مثالي، والإجهاد والتوتر، بالإضافة إلى التشتيت. جميع هذه الأسباب طبيعية ويمكن تجاوزها في فترة زمنية قصيرة.

ينبغي على كل كاتب ومؤلف السعي لاكتشاف نفسه ومعرفة العوامل التي تساعد على تحفيزه وإلهامه في الكتابة، بالإضافة إلى فهم البيئة المناسبة له. يجب أن يتعرف الكاتب على ما إذا كان يحتاج إلى هدوء كبير حوله أثناء الكتابة أم أنه يستطيع الكتابة في وسط الضوضاء، وكذلك ما إذا كان يفضل الكتابة ليلاً أم نهاراً. هذه التفاصيل ضرورية لتجاوز متلازمة الصفحة البيضاء.

هنا بعض الطقوس الغريبة التي اتبعتها بعض المؤلفين عند الكتابة:

- الاستلقاء على السرير كان هو الوضع المثالي للكتابة لكل من مارك توين وجورج أورويل .

- الكتابة عند الوقوف وكان يقوم بذلك كل من همنغواي وتشارلز ديكنز وفيرجينيا وولف.
- التعلق رأساً على عقب من الطرق التي استخدمها المؤلف دان براون.
- الكتابة بمواجهة الجدار هو أسلوب اعتمدته المؤلفة الشهيرة فرانسيس بروز .

إدارة الوقت والتحفيز الذاتي

تُعد إدارة الوقت بشكل فعال من أهم المراحل في عملية إعداد الكتاب، حيث تسهم في إكمال النص في زمن قياسي. يتطلب ذلك وضع مخطط زمني مبدئي للكتابة بعد اعتماد فكرة الكتاب والمحاور الأساسية التي سيتم تناولها.

تتطلب إدارة الوقت في تأليف الكتب والروايات تخطيطاً وتنظيماً دقيقين لضمان الإنتاجية والكفاءة. إليك بعض النصائح لإدارة الوقت بشكل فعال أثناء تأليف الكتب والروايات:

- وضع أهداف واضحة: تحديد أهداف واضحة لكل فصل وجزء من الكتاب.
- إنشاء جدول زمني: تخصيص وقت محدد للكتابة يومياً أو أسبوعياً.
- تقسيم المهام: تقسيم الكتاب إلى أجزاء صغيرة تسهل إنجازها.
- التخلص من المشتتات: الابتعاد عن الأمور التي تشتت الانتباه أثناء الكتابة، مثل الهاتف أو مواقع التواصل الاجتماعي.
- استخدام تقنيات إدارة الوقت: مثل تقنية العمل لمدة 25 دقيقة ثم أخذ استراحة قصيرة.

- تحفيز الذات: مكافأة النفس عند إكمال أجزاء من الكتاب.
- المرونة في الجدول: تجنب عدم المرونة في الجدول، حيث قد يؤدي ذلك إلى إحباط الكاتب وعدم إكمال العمل.
- البحث والتحضير: تخصيص وقت للبحث والتحضير، خاصة إذا كان الكتاب يتطلب معرفة متخصصة.

المحور السادس: أدوات وموارد الكاتب

أولاً: برامج وتطبيقات الكتابة

- مايكروسوفت وورد (Microsoft Word): يُعتبر برنامج مايكروسوفت وورد واحداً من أهم الأدوات المستخدمة في كتابة النصوص وتحريرها على نظام ويندوز. يمتاز البرنامج بميزاته المتعددة، مثل خيارات التنسيق المتنوعة، وإمكانية إضافة الجداول، وتخصيص تخطيط الصفحات، مما يجعله خياراً مثالياً لكل كاتب.
- مستندات جوجل (Google Docs): هو محرر نصوص مجاني متاح عبر الإنترنت ضمن مجموعة أدوات جوجل. يُتيح للمستخدمين تحرير النصوص وحفظ المستندات بصيغة DOC. هذه الأداة تُسهل التعاون بين الكتاب، حيث يمكن للعديد من المستخدمين العمل على نفس المستند في الوقت ذاته.
- تطبيق نوشن (Notion): يُعد تطبيق نوشن من التطبيقات الرائدة في إدارة المهام، حيث يمكن استخدامه لوضع جدول للكتابة أو لتدوين الملاحظات والأفكار الأساسية للمقالات. يقدم التطبيق خيارات متعددة تساعد في تنظيم العمل وإدارة المهام بكفاءة.
- إيفرنوت (Evernote): هو تطبيق مخصص لحفظ الملاحظات والمهام وتنظيم الجدول الزمني، سواء في العمل أو في المنزل. يُسهل إيفرنوت عملية تجميع الأفكار والملاحظات في مكان واحد، مما يساعد الكاتب على تنظيم أفكارهم.

- ChatGPT: تعتبر منصة ChatGPT للذكاء الاصطناعي أداة لا غنى عنها لكل كاتب ومؤلف، حيث توفر رؤوس الأفكار وعناوين المحاور التي قد يغفل عنها الكاتب. يمكن استخدامها كمصدر إلهام أو لتوليد أفكار جديدة.

ثانياً: جمعيات الكتاب والورش التدريبية

يُعد الانضمام إلى جمعيات الكتاب خطوة مهمة لكل كاتب، حيث يُسهّم ذلك في كسر العزلة التي قد يعيشها الكاتب بين أوراقه. تساهم هذه المجتمعات في تسليط الضوء على تقنيات الكتابة الحديثة وتقديم عناوين كتب وإصدارات ملهمة من جميع أنحاء العالم.

تُعتبر مجتمعات الكتاب والمؤلفين والورش التدريبية ذات أهمية كبيرة في تطوير مهارات الكاتب وتعزيز تجربته الأدبية. توفر هذه الورش فرصاً لتعلم تقنيات جديدة وأساليب كتابة متنوعة، مما يتيح للكتاب الاستفادة من خبرات المحترفين وتلقي تعليقات بناءة حول أعمالهم.

من المصادر المهمة التي يجب على كل كاتب ومؤلف الاستفادة منها لاكتساب مصطلحات ومعاني جديدة هي: موقع Reddit، القواميس العربية، موسوعة ويكيبيديا، النشرات البريدية وموقع Google Trends.

المحور السابع: النشر وتسويق الأعمال

أولاً: خطوات النشر

تختلف عملية نشر المقالات عن نشر الكتب، حيث يتطلب كل منهما خطوات وإجراءات خاصة.

بالنسبة لنشر المقالات، تتوفر عدة خيارات يمكن للكاتب اختيار الأنسب منها، وهي:

- النشر عبر الصحف الورقية اليومية أو منصات الأخبار الرقمية.
- النشر عبر مدونة إلكترونية خاصة بالكاتب.
- النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- أما بالنسبة لنشر الكتب، فهناك خطوات أساسية ينبغي اتباعها، منها:
 - الحصول على موافقة المؤسسة المعنية بالمؤلفات، مثل إدارة الملكية الفكرية أو دار المصنفات الأدبية.
 - الحصول على الترخيم الدولي للنشر (ISBN) من إحدى دور النشر المعروفة.
 - توقيع عقد نشر مع مؤسسة ثقافية أو دار نشر.

ثانياً: النشر الذاتي والكتب الإلكترونية

يُعتبر النشر الإلكتروني من التقنيات المعاصرة المهمة في مجال النشر، حيث فتح آفاقاً جديدة لانتشار المعرفة. تُعد منصات النشر الإلكتروني ومواقع مشاركة وتحميل الكتب من أبرز ملامح هذه المرحلة. أصبحت الكتب الإلكترونية وسيلة رئيسية للتعليم والمعرفة بين الأجيال الحالية.

وخصصت بعض معارض الكتب السنوية العالمية والإقليمية أجنحة لمنصات النشر الإلكتروني، مما يتيح للزوار التعرف على مزايا كل منصة. يلجأ العديد من المؤلفين إلى خيار النشر الذاتي عبر مواقع نشر الكتب الإلكترونية لأسباب عدة، منها:

- الوصول الواسع: يتيح النشر الإلكتروني وصولاً أسرع وأوسع لجمهور عالمي مقارنة بالنشر التقليدي.
- التكلفة المنخفضة: يعتبر النشر الإلكتروني أقل تكلفة، حيث لا يتطلب طباعة أو شحن أو تخزين نسخ من الكتاب.
- السرعة: يمكن نشر الكتب والمقالات إلكترونياً بسرعة أكبر، حيث يتجنب مراحل الطباعة والتوزيع التقليدية.
- التفاعل مع القراء: يوفر النشر الإلكتروني وسائل تفاعل مرنة بين المؤلفين وقراءهم، مثل التعليقات والمراجعات الفورية.
- الإحصاءات: يقدم بيانات فورية حول عدد القراءات والتنزيلات، مما يمكن المؤلفين من متابعة أداء كتبهم بدقة.
- البيئة: يُعتبر النشر الإلكتروني صديقاً للبيئة، حيث يقلل من استخدام الورق والطاقة المرتبطة بالطباعة.

يوجد في العالم العربي العديد من المنصات المتخصصة في نشر الكتب الإلكترونية، التي توفر ميزات متعددة للكتاب، مثل تنظيم جلسات توقيع للكتب والترويج لها في الفعاليات الإقليمية.

ثالثاً: استراتيجيات تسويق الأعمال الإبداعية

يمكن أن يكون تسويق الأعمال الإبداعية المطبوعة فعالاً من خلال استغلال قنوات متعددة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، الفعاليات الأدبية والثقافية، معارض الكتب السنوية، والمواقع الإلكترونية المتخصصة. فيما يلي بعض الاستراتيجيات لكل قناة:

1. مواقع التواصل الاجتماعي

- إنشاء حسابات مخصصة: يُنصح بإنشاء حسابات على منصات التواصل الاجتماعي، مع التأكد من أن هذه الحسابات تعكس هوية العلامة التجارية للأعمال الإبداعية بشكل واضح.
- المحتوى الجذاب: يُفضّل نشر محتوى متنوع يشمل مقتطفات من الأعمال، صور لأغلفة الكتب، قصص نجاح مؤلفين، وفيدوهات توضيحية. كما يجب التفاعل مع المتابعين من خلال الرد على تعليقاتهم ورسائلهم.
- الإعلانات الممولة: يمكن استخدام الإعلانات المدفوعة للوصول إلى جمهور أوسع مستهدف، بناءً على اهتماماتهم وسلوكياتهم.
- التعاون مع المؤثرين: يُستحسن التعاون مع مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون تأثيراً في المجال الأدبي والفني، لتعزيز الوصول إلى جمهور جديد.

2. الفعاليات الأدبية والثقافية

- المشاركة في الفعاليات: من المهم المشاركة في الفعاليات الأدبية والثقافية، سواء كعارض أو راعٍ، لزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- ورش العمل والندوات: يُمكن تنظيم ورش عمل وندوات لمناقشة الأعمال الإبداعية وجذب الجمهور.
- التوقيعات ولقاءات المؤلفين: يُعد تنظيم جلسات توقيع الكتب ولقاءات مع المؤلفين من الطرق الفعالة لتشجيع المعجبين على الحضور وشراء الكتب.

3. معارض الكتب السنوية

- الإعداد الجيد: يجب حجز مساحات عرض جيدة وتجهيزها بعناية لجذب الزوار.
- المشاركة في جلسات المؤلفين: من الضروري التنسيق مع إدارة المعرض أو دور النشر للمشاركة في إحدى الندوات.
- العروض الترويجية: يمكن تقديم عروض خاصة وتخفيضات على الكتب خلال فترة المعرض.
- التفاعل المباشر: يُشجع التفاعل مع الزوار على الاستماع لملاحظاتهم واهتماماتهم، وتقديم نصائح وإرشادات حول الأعمال المعروضة.

4. المواقع الإلكترونية المتخصصة

- تطوير موقع إلكتروني احترافي: يُفضل إنشاء موقع إلكتروني يحتوي على معلومات شاملة حول الأعمال الإبداعية، مع إمكانية الشراء الإلكتروني.
- المراجعات والتوصيات: يُستحسن تشجيع القراء على ترك مراجعات وتوصيات حول الكتب على الموقع.
- المقالات: يمكن نشر مقالات ومدونات تتناول مواضيع متعلقة بالأعمال الإبداعية والفنية، مما يساعد على جذب المزيد من الزوار.
- النشرات البريدية: يُنصح ببناء قاعدة بيانات للبريد الإلكتروني وإرسال نشرات إخبارية تحتوي على تحديثات وأخبار حول الأعمال الجديدة والعروض الخاصة.

باتباع هذه الاستراتيجيات، يمكن زيادة الوعي والتفاعل مع الجمهور المستهدف، مما يؤدي إلى تعزيز مبيعات الأعمال الإبداعية المطبوعة.

المصادر:

- 1- كتاب اللغز وراء السطور – للكاتب أحمد خالد توفيق
- 2- كتاب تقنيات الكتابة – فن القصة والرواية – رعد عبدالجليل (الطبعة الثالثة 2011)
- 3- كتاب كيف تحصل على أفكار - للمؤلف جاك فوستر (النسخة المترجمة)
- 4- كتاب يوم من حياة كاتب – ترجمة على زين (الطبعة الأولى 2017)
- 5- كتاب حياة الكتابة – مقالات مترجمة عن الكتابة، إعداد عبدالله الزماي (الطبعة الأولى 2018)

الكتابة حياة

----- النهاية -----

عن الكاتب

وائل مبارك كاتب واعلامي، من مواليد أغسطس 1984 بالعاصمة السودانية الخرطوم، متخصص في النشر الرقمي والاتصال المؤسسي، يعمل حالياً مستشار متعاون مع عدد من الشركات في حملات العلاقات العامة، حاصل على الإقامة الذهبية في دولة الإمارات من فئة الكتاب والمؤلفين.

قدم الكثير من الورش والدورات التدريبية في مجال النشر الرقمي والاتصال المؤسسي،.. تمت استضافته في عدد من الفعاليات منها: سكاى نيوز عربية ، قناة الجزيرة، سودانية 24 وغيرها.

إصداراته:

الكتب المطبوعة:

- (1) أثر الفيس بوك على المجتمع (طبعة 2012)
- (2) أعظم 20 شخصية سودانية في القرن العشرين (طبعة 2017)

الكتب الرقمية:

- (1) رواد النشر الرقمي (2023)
- (2) مولاي الشعب الأسمر (2019)
- (3) بانوراما الإنترنت في السودان (2018)
- (4) دليل الباحث عن العمل في الإمارات (2017)
- (5) دليل إعداد وتنفيذ الحملات الاعلامية (2016)
- (6) تقرير الإعلام الاجتماعي في السودان (2015)
- (7) مستقبل المنتديات الإلكترونية (2011)