

ترجمه و چاپ در ایران، تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش

WILEY

داستان نویسی برای کودکان

FOR
DUMMIES®

نوشته‌ی لیسا روجانی بوچیری و پیتر اِکونومی

برگردان: سارا کاظمی‌منش



آوند دانش

فهرست مطالب در یک نگاه

.....	مقدمه	۱
.....	بخش ۱: الفبای داستان‌نویسی برای کودکان	۷
.....	فصل ۱: کاوشی در اصول داستان‌نویسی برای کودکان	۹
.....	فصل ۲: کاوشی در قالب‌ها و ژانرهای کتاب کودک	۱۷
.....	فصل ۳: درک بازار کتاب کودک	۵۷
.....	بخش ۲: غوطه‌ور شدن در فرایند نوشتن	۷۹
.....	فصل ۴: چیدمان محیط کار	۸۱
.....	فصل ۵: شروع کردن با یک ایده‌ی فوق العاده	۸۹
.....	فصل ۶: پژوهش درباره مخاطب و موضوع	۱۰۹
.....	بخش ۳: خلق داستانی مسحورکننده	۱۳۱
.....	فصل ۷: خلق شخصیت‌های باورپذیر	۱۳۳
.....	فصل ۸: بی‌رنگ ستبر می‌شود: کشمکش، اوج و گره‌گشایی	۱۶۱
.....	فصل ۹: می‌شود صحبت کنیم؟ نوشتن گفت‌وگو	۱۷۷
.....	فصل ۱۰: چیدن صحنه	۱۹۵
.....	فصل ۱۱: بیان شما: زاویه دید و لحن	۲۰۹
.....	فصل ۱۲: آفرینش آثار غیر داستانی نوآورانه	۲۳۳
.....	بخش ۴: کاری کنید که داستان‌تان بدرخشد	۲۵۳
.....	فصل ۱۳: ویرایش و فرم‌بندی اثر تا رسیدن به پایانی خوش	۲۵۵
.....	فصل ۱۴: تصویرسازی از کلمات: دنیای تصاویر	۲۸۷
.....	فصل ۱۵: بازخورد و تشویق	۳۰۷
.....	بخش ۵: انتشار کتاب و تبلیغ برای آن	۳۲۷
.....	فصل ۱۶: استخدام نماینده‌ی ادبی	۳۲۹
.....	فصل ۱۷: پیدا کردن بهترین ناشر و امضای قرارداد	۳۴۷
.....	فصل ۱۸: پس نشر شخصی را انتخاب کرده‌اید	۳۶۷
.....	فصل ۱۹: به پا کردن کفش آهنین تبلیغات	۳۸۳
.....	فصل ۲۰: شناخت رسانه‌ها	۳۹۹
.....	بخش ۶: بخش ده‌تایی‌ها	۴۱۱

فصل ۱

کاوشی در اصول داستان‌نویسی برای کودکان

در این فصل

- ◀ تعریف دنیای کتاب کودک
- ◀ غوطه‌ور شدن در فرایند نوشتن
- ◀ خلق داستانی تأثیرگذار برای بچه‌ها و پرداخت و برق انداختن آن
- ◀ انتشار کتاب و تبلیغ برای آن

برای خیلی از افراد، رؤیای نوشتن یا تصویرگری کتاب کودک در حد یک "رؤیا" باقی می‌ماند، زیرا آن‌ها خیلی زود درمی‌یابند که نوشتن داستان‌های واقعا خوب برای کودکان کار سختی است. تازه قضیه به همین جا ختم نمی‌شود، چاپ کردن کتاب کودک از نوشتنش هم سخت‌تر است. اگر راه و رسم کار را ندانید، اگر قلیق کار دست‌تان نباشد، اگر کسی را نداشته باشید تا از کارتان حمایت کند، یا اگر خودتان یا دست‌نوشته‌تان حرفه‌ای به نظر نرسد، صرفاً برای اینکه اثرتان خوانده شود و به چشم بیاید به‌شدت در تنگنا قرار خواهید گرفت، چاپ و نشر آن که دیگر جای خود دارد.

این فصل را دریچه‌ای در نظر بگیرید که گوشه‌ای از دنیای نشر کتاب کودک را به شما می‌نمایاند. ما در این فصل، شما را با اصول پایه‌ی قالب‌های کتاب کودک، آفرینش فضایی پویا برای نوشتن، به‌کارگیری شیوه‌های کلیدی داستان‌گویی، اصلاح دست‌نوشته و رساندن اثر به دست ناشرانی که آن را دقیقاً به دست مخاطبان اصلی‌اش خواهند رساند، آشنا می‌کنیم.

نویسندگان تمام کتاب‌های کودکِ پر فروش کارشان را با یک ایده-درست مثل ایده‌ی شما- آغاز کردند. تازه، بسیاری از نویسندگان موفق امروزی بارها جواب منفی شنیدند، تا اینکه بالاخره کسی را پیدا کردند که از نوشته‌هایشان خوشش آمد و تصمیم گرفت به آن‌ها فرصتی بدهد. رؤیایه‌ایتان را دنبال کنید. به اشتیاق‌تان میدان بدهید. هرگز تسلیم نشوید. روزی که داستانی که برای کودکان نوشته‌اید چاپ شود، ما برایتان کف مرتبی خواهیم زد.



شناخت قالب و مخاطبان

قبل از انجام هر کاری، باید ببینید چه نوع کتاب کودکی می‌نویسید (یا می‌خواهید بنویسید). قالب‌های تثبیت‌شده‌ی متفاوتی برای چاپ انواع دست‌نوشته‌ها وجود دارد و هر سال هم قالب‌های جدیدی به آن‌ها اضافه می‌شوند. قالب شامل ویژگی‌های ظاهری کتاب می‌شود: تعداد صفحات، ابعاد (طول و عرض و قطر)، جلد سخت یا کاغذی، عرضه‌ی الکترونیکی یا نرم‌افزاری (یا هر دو). همچنین ژانرهای زیادی هم هستند که کتاب شما ممکن است به آن‌ها تعلق داشته (یا نداشته) باشد. بنابراین شناسایی قالب و ژانر اثر به شما کمک می‌کند دقیقاً مشخص کنید چطور باید کتابتان را بنویسید و ارائه دهید. فصل ۲ چندین مثال از کتاب‌های منتشر شده را معرفی می‌کند که در قالب‌های مختلف موفقیت بسیاری داشته‌اند.

در ضمن شما باید از خودتان بپرسید: مخاطب من کیست؟ چه باور کنید، چه نه، جواب صحیح این سؤال، واژه‌ی کودکان نیست. کودکانی که در بازه‌ی سنی بخصوصی قرار دارند - مثلاً نوزادی تا ۲ سالگی، یا ۳ تا ۸ ساله‌ها - شاید در تعریف گروه سنی مورد نظرتان مؤثرتر باشند، اما آیا آن‌ها کسانی‌اند که قرار است کتاب شما را بخزند؟ از آنجایی که کتاب‌ها از طریق بزرگ‌ترها فرایند نشر را طی می‌کنند - پذیرفته شدن توسط نماینده‌ی ادبی، خریداری و ویرایش توسط دبیر انتخاب کتاب، طبقه‌بندی توسط ناشر، معرفی توسط نمایندگان فروش، توزیع و فروش توسط کتابفروش‌ها و اغلب اوقات خریداری توسط والدین بچه‌ها و آدم بزرگ‌های دیگر - مخاطب شما پیچیده‌تر از آن است که تصورش را می‌کردید. در فصل ۳ همه چیز را درباره‌ی افراد گوناگونی که ممکن است بخواهید - پیش از رساندن کتابتان به دست کودکان - آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهید، به شما می‌گوییم.



قرار گرفتن در حوزه‌ی مناسبی برای نوشتن

اگر تا به حال فکر می‌کردید که می‌توانید یک قلم و کاغذ بردارید و همین‌طور شروع به نوشتن کنید، فکرتان درست بوده است! اما شاید بد نباشد این را هم در نظر بگیرید که وقتی زندگی‌تان با زمانی که برای نوشتن کنار گذاشته‌اید تلاقی پیدا کند، چه اتفاقی خواهد افتاد. چطور کارتان را با بچه‌هایی که باید غذا بخورند، قبض‌های پرداخت نشده و تکالیف تلنبار شده هماهنگ می‌کنید؟ چطور می‌فهمید کی بهترین زمان برای نوشتن است؟ در فصل ۴، درباره‌ی اهمیت برنامه‌ریزی برای نوشتن و وفادار ماندن به آن برنامه، صحبت می‌کنیم. همچنین بر یافتن فضای شخصی برای نوشتن و تبدیل آن به جایی که پویایی و خلاقیت را در شما بیدار می‌کند، تأکید خواهیم کرد.

پس از اینکه فهمیدید چطور باید دست به کار شوید، باید تصمیم بگیرید که درباره‌ی چه می‌خواهید بنویسید. پیدا کردن ایده‌ای جالب برای یک داستان، لزوماً به همان سادگی که فکر می‌کنید نیست. به همین علت، ما در فصل ۵ چندین راه برای راه‌اندازی

کارخانه‌ی ایده‌سازی شما پیشنهاد می‌کنیم. همچنین راه‌های نجاتی را برای خلاصی از خشکی قلم به شما نشان می‌دهیم.

به محض اینکه ایده‌ی خوبتان را پیدا کردید، وقت آن می‌رسد که مشغول تحقیق شوید و اطمینان یابید که آن ایده برای مخاطبان مورد نظرتان مناسب است. ما چگونگی و چرایی تحقیق درباره‌ی مخاطبان، پیدا کردن علایق و اولویت‌های زندگی کودکان و سپس تحقیق درباره‌ی خود موضوع را در فصل ۶ توضیح خواهیم داد.

تبدیل شدن به یک قصه‌گو

با اطمینان از اینکه داستان شما شامل موارد زیر است، یک گام به کسب موفقیت در نشر نزدیک‌تر می‌شوید:

✓ **فصل‌های به یاد ماندنی:** فرقی نمی‌کند شخصیت داستان کیست (کودکی که می‌تواند پرواز کند، یک گرگ خیلی گرسنه، پسر بچه‌ای همراه با برده‌ای روی کلکی شناور بر رودخانه‌ی می‌سی‌سی‌پی یا یک گول سبز بوگندو) او قلب و روح کتاب کودک است. حالا شما چطور می‌توانید شخصیت‌هایی خلق کنید که از صفحات کتاب بیرون بیروند و به قلب خواننده‌هایتان راه پیدا کنند؟ فصل ۷ نشان‌تان می‌دهد چطور باید شخصیت‌های فوق‌العاده را ترسیم کنید و به آن‌ها جان ببخشید و چطور باید از کلیشه‌سازی و سایر اشتباهات رایج پرهیز کنید.

✓ **پی‌رنگی جذاب:** پی‌رنگ دقیقاً چیست و چطور می‌شود فهمید که آغاز، میانه و پایان داستان از چه تشکیل می‌شود؟ این سؤالات، به همراه کشمکش و نقطه‌ی اوج و گره‌گشایی، در قلمرو فصل ۸ قرار دارند.

✓ **گفت‌وگوهای واقع‌گرایانه:** وقتی گفت‌وگویی ایراد داشته باشد، بچه‌ها می‌فهمند. به همین دلیل در فصل ۹، برای نوشتن گفت‌وگوهای واقع‌گرایانه و مناسب برای گروه سنی مخاطب‌تان، نکات و راهنمایی‌های مرحله به مرحله‌ای گنجانده‌ایم. در این فصل همچنین نگاهی خواهیم انداخت به راه‌هایی برای ایجاد تفاوت بین شخصیت‌های داستان‌تان.

✓ **محیط و فضای جالب:** یک راه برای جلب نظر خواننده‌ها، خلق مکان‌های جالبی است که بتواند آن‌ها را مسحور کند. ما در فصل ۱۰، به نحوه‌ی خلق فضاهای جالبی که داستان‌تان را در بستر خاصی قرار می‌دهند و خواننده را به خود جذب می‌کنند، اشاره می‌کنیم.

البته شما باید بیان یا لحن نویسنده‌ی‌تان را هم در نظر بگیرید. آیا می‌خواهید طوری با کلمات بازی کنید که سرزنده و شوخ به نظر برسند؟ یا آهنگین و قافیه‌دار (طوری که