**آموزش یادداشت‌نویسی**

 تفاوت اصلی یادداشت با سایر ارکان روزنامه‌نگاری (مانند خبرنویسی): در یادداشت اجازه دارید دیدگاه‌ها و تحلیل‌های شخصی خود را آشکار و شفاف بروز بدهید. البته باید مبتنی بر منطق و استدلال باشد؛ نه متعصابه. باید چهارچوب‌های رسانه‌ای که برای آن می‌نویسید را هم در نظر داشته باشید و بافت آن رسانه را بدانید. در سایر قسمت‌های یک روزنامه باید شاهد بی‌طرفی حداقل، شکلی باشیم؛ یعنی بگویند ظاهراً بی‌طرف است.

 روزنامه‌نگاری، یک فن است؛ نه یک علم؛ یعنی وحی منزل نیست! شما تکنیک‌های متداول و ابزارهای تجربه‌شده‌ی دیگران را فرا می‌گیرید و خودتان باید ابتکار هم داشته باشید.

\_ چند نکته و تکنیک در یادداشت‌نویسی:

* سوژه و موضوعی که در مورد آن یادداشت می‌نویسید، باید جذاب باشد و مخاطب را به خوبی جذب کند. یادداشت باید به نحوی باشد که آن رسانه را از سایر رسانه‌ها متمایز کند.
* سرمقاله‌، موضع‌گیری رسمی و جدی یک رسانه و آبروی یک رسانه است؛ معمولاً کادر ارشد یک رسانه (تحریریه‌ی اصلی، سردبیر یا مدیر مسئول) آن را می‌نویسند.
* سوژه‌هایی که با آن‌ها مواجه می‌شویم:
1. ایجابی. برای پیدا کردن یک سوژه‌ی ایجابی، معمولاً به مناسبت‌های تقویمی (تاریخی) می‌پردازیم. ابتدا باید دغدغه و آرمان خود (مانند عدالت) را مشخص کرد و طبق آن به سوژه‌ای پرداخت. در فرمایشات حضرت امام خمینی(ره) و رهبر معظم انقلاب، سوژه‌های خوبی یافت می‌شود که معمولاً مغفول می‌ماند.
2. واکنشی. برای پیدا کردن چنین سوژه‌هایی، باید رصد خوبی داشته باشیم. مثلاً کسی که می‌خواهد دیدگاه‌ها و نظرات اصلاح‌طلبان را بداند و نقد کند، باید نشریه‌ی «عصر ما» و «کیان» و «شرق» را بخواند و پشتوانه‌ی فکری آن‌ها را بشناسد. باید بدانید کدام نشریه، شمارگان بالا یا مخاطبان زیاد و اثرگذاری بالایی دارد. نوع دیگری از سوژه‌های واکنشی نیز واکنش به یک اتفاق و حادثه است؛ مانند انتشار یک کتاب، وقوع یک جنگ، جشنواره‌ی فیلم فجر، تصویب یک قانون و... .
* اگر مرحله‌ی سوژه‌یابی را به خوبی پشت سر بگذارید، بیش از 70 درصد کار یادداشت‌نویسی انجام شده است. یادداشت باید اثر داشته باشد؛ اگر بازخوردی نداشته باشد و مخاطبان، واکنشی به آن نشان ندهند، خوب نیست.
* مطالعه‌ی آثار نویسنده‌های خوش‌قلم به صورت منظم. برای نمونه: آقایان حسین شریعتمداری، حسین قدیانی، محمد مهاجری، مسعود بهنود (البته تحت تأثیرش قرار نگیرید!)، خانم مسیحه علی‌نژاد.
* یادداشت باید کوتاه و ساندویچی باشد. مخاطبان حوصله ندارند یادداشت‌های طولانی را بخوانند. یادداشت خوب بهتر است حدود 700 تا 800 کلمه باشد و نباید بیش از 1000 کلمه باشد.
* در یادداشت‌نویسی باید سبک و رویکرد خاص خود را داشت. اصطلاحاً به آن می‌گویند «امضای نویسنده». مانند به کار بردن داستان‌های کوتاه، استفاده از عبارات ادبی، خاطره، حکایات، شعر و... . حتی میزان صراحت یا طعنه‌آمیز بودن یادداشت می‌تواند تنظیم‌شده باشد. بعضی یادداشت‌ها عینی‌گرا هستند (فقط آن‌چه که اتفاق افتاده را می‌گویند) و بعضی دیگر ذهنی‌گرا (پیش‌داوری و بیان دیدگاه‌ها هم در آن هست). یادداشت باید با امضا باشد؛ حتی اگر با اسم مستعار بنویسد.
* نقل قول زیاد در یادداشت، مانند این است که در شیر، آب ببندید. پس مطالب دیگران را بخوانید، هضم کنید و با قلم خودتان بنویسید.
* استفاده از حکایت‌ها، ضرب‌المثل‌ها، شعر و... موجب جذابیت و گیرایی بیش‌تر یادداشت می‌شود؛ اما استفاده‌ی افراطی از آن‌ها درست نیست.
* جعلی ننویسید؛ صادقانه بنویسید.
* نباید کینه‌توزی، حسد و خرده‌حساب‌های شخصی را مطرح کرد؛ مگر این‌که بیش‌تر مخاطبان با شما همراه باشند (مانند نوشتن یادداشتی درباره‌ی وجود گرانی و بی‌کاری در کشور).
* یادداشت باید روان و بدون پرش باشد؛ شماره‌بندی کردن یادداشت، کاری حرفه‌ای نیست. جمله‌ها و بندها باید با یک‌دیگر هماهنگی داشته، دارای انسجام و به هم پیوستگی و عبور منطقی باشند.
* نیازی به بررسی چند محور در یک یادداشت نیست؛ چون جذابیت و گیرایی کامل را از دست می‌دهد.
* موضوع یادداشت باید متناسب با زمان باشد (تازگی داشته باشد) و برای مخاطبان، موضوعیت داشته باشد.
* یادداشت باید شروع و پایان خوبی داشته باشد. شیوه‌های خروج از مطلب: پایان با سؤال، نتیجه‌گیری، پایانِ مرتبط با آغازِ یادداشت.
* باید به بافت، سبک و مشی رسانه توجه داشت.
* دوری از خودبرتربینی نسبت به مخاطبان. نگاه به مخاطب نباید تبخترانه باشد.
* برای آغاز نوشتن باید طرح کلی داشت (شامل: علت تحریر یادداشت، جنبه‌های تازه و جدیدی که در این یادداشت مطرح می‌شود، مدارک و اطلاعات دقیق آماری، چگونگی نتیجه‌گیری پایانی).
* اگر یادداشت انتقادی است، باید راه حلّی ارائه کرد. مخاطب را نباید در بن‌بست نگه داشت؛ راه خروج از مشکلی که از آن انتقاد شده را باید نشان داد.
* یادداشت باید ورودی خوبی داشته باشد. معمولاً ورودی مقاله‌ها، پنج گونه است:
1. ورودی ساده (مستقیم یا خبری). انعکاس اتفاقی که موجب شکل‌گیری یادداشت شده، به مخاطب. مانند جوابیه‌ای که به یک یادداشت دیگر نوشته می‌شود.
2. نقل قول و اقتباس از افکار و عقاید دیگران. شروع یادداشت با کلامی از یک نفر دیگر.
3. حکایت، روایت، مَثَل و... .
4. شعر.
5. وصفی. تصویرپردازی از یک صحنه به شکلی که برای مخاطب، عینی شود.
* انتخاب واژگان در انتقال مطلب، مؤثر است. پس در واژه‌گزینی باید دقت کرد و واژه‌های غیرمتداول به کار نبرد.
* باید به نحوی مخاطب را تحت تأثیر قرار دهید که مخاطب، حس خوبی نسبت به یادداشت داشته باشد. نباید جوری نوشت که مخاطب احساس کند با کینه و حرص و غضب، نوشته‌ایم.
* نتیجه‌گیری یادداشت نیز خیلی مهم است.
* در هر یادداشت باید پنج رکن را رعایت کرد:
1. وحدت موضوع. کلّ یادداشت باید به یک موضوع بپردازد.
2. وحدت زمان.
3. وحدت مکان.
4. انسجام. مخاطب وقتی یک بند را خواند، منتظر بند بعدی باشد. قواعد نگارش را باید رعایت کرد. در یک متن، یک نوع سبک نگارش به کار ببریم؛ سبک رسمی، محاوره‌ای، قدیمی و تاریخی یا ... .
5. استنتاج مشخص. همه‌ی مخاطبان یادداشت، به یک نتیجه برسند.
* بهتر است برای ارتباط مستقیم مخاطب با نویسنده، راه‌هایی مانند رایانامه، شماره‌ی پیامک یا... پیش‌بینی شود.
* اگر سمت و جایگاه نویسنده‌ی مطلب در اعتمادسازی و ترغیب مخاطب برای مطالعه‌ی یادداشت، اثر دارد و با موضوع یادداشت، مرتبط است، بهتر است آورده شود. مثلا اگر نگارنده‌ی یادداشتی با موضوع اقتصاد مقاومتی، استاد دانشکده‌ی اقتصاد یا عضو کمیسیون اقتصادی مجلس است، بهتر است سمت وی ذکر گردد.