

লেখার গুরুত্ব একটুও কমেনি, বরং বেড়েছে। অনলাইনের দুনিয়ায় আমাদের শব্দগুলো একেকটা দূতের মতো কাজ করে। এই দূতেরা আমাদের পরিচিত করে তোলে সারা বিশ্বে। অনলাইন ব্যবহারকারী বিশেষজ্ঞ বেথ ডান অন্তত তেমনটাই বলেছেন।

আমরা কতটা স্মার্ট বা বোকা, তা আমাদের লেখার মাধ্যমেই প্রকাশ পায়। শুধু তাই নয়, একটা লেখাই বলে দেয় যে এর লেখক কতটা সক্ষম বা কতখানি বিশ্বস্ত। আবার লেখার মাধ্যমেই বেরিয়ে আসে আমাদের অন্তরের অস্থিরতা। তবে অন্যদিকে আবার এই লেখাই হয়তো দুনিয়ার সামনে আমাদের বিরক্তিকর, বিরতকর হিসেবে উপস্থাপন করতে পারে। সেজন্য কিছু কৌশল অবলম্বন করা জরুরি। যেমন সঠিক শব্দ চয়ন, লেখার সময় পাঠকের প্রতি সহানুভূতি প্রদর্শন করা ইত্যাদি।

আপনি যদি একটি ভালো মার্কেটিং কনটেন্ট তৈরি করতে চান, তাহলে দুটি জিনিসের ওপর আপনাকে জোর দিতে হবে। এক, কীভাবে লিখতে হয়। এবং দুই, কীভাবে সত্য ঘটনা গল্পের মতো করে সাজাতে হয়। আপনি কোথায় লিখছেন, তা মুখ্য নয়। যেখানেই লিখুন না কেন, লেখার কৌশল আপনাকে রপ্ত করতেই হবে। ভালো লেখা মানে এখন শুধু লেখা না, এটা একটা প্রয়োজন হয়ে দাঁড়িয়েছে। কিন্তু দুর্ভাগ্যজনকভাবে, মার্কেটিং কনটেন্ট তৈরিতে লেখার মাধুর্যের বিষয়টি অনেকখানি উপেক্ষিত এখনও।

কনটেন্ট কী?

কনটেন্ট মানে শুধু ওয়েবসাইট, পণ্যের বিবরণ, ব্লগ বা ই-মেইলের লেখা নয়। যতগুলো ব্যাপারকে আমরা মার্কেটিংয়ের অন্তর্গত বলে মনে করি, আদতে কনটেন্ট তার চেয়েও বিস্তৃত একটি বিষয়। আপনার গ্রাহক যত কিছু স্পর্শ করে বা যতভাবে যোগাযোগ স্থাপনের চেষ্টা করে—কনটেন্টের বিস্তৃতি সবখানেই। যেমন ধরুন ইন্সটাগ্রাম, ফেসবুক, টুইটার, লিংকডইন, ইউটিউব—সবখানেই কনটেন্টের অবাধ যাতায়াত।

“কনটেন্ট হচ্ছে ব্যবহারকারীর সমস্ত অভিজ্ঞতা,”

বলেছেন কনটেন্ট স্ট্র্যাটেজি ফার্ম ব্রেন ট্রাফিক-এর সিইও এবং সুপরিচিত স্পিকার ও লেখক ক্রিস্টিনা হালভারসন। তারমানে আপনার টার্গেট কাস্টমার

বইটি পড়বেন তিনটি কারণে।

১। আমরা অভিজ্ঞ। আমার প্রথম বই কনটেন্ট রুলস কনটেন্ট-কেন্দ্রীক মার্কেটিংকে বুস্ট করতে অনেক সাহায্য করেছে। কনটেন্টের ম্যাসেজকে কীভাবে ভিত্তি হিসেবে ধরে ব্যবসায় সুফল বয়ে আনা যায় তা সর্বসাধারণের মাঝে ছড়িয়ে দিয়েছে। কনটেন্ট রুলস বেস্ট-সেলিং একটা বই এবং নয়টি ভাষায় এর অনুবাদ হয়েছে।

বইটি প্রকাশের পর গত চারটি বছর ধরে কনটেন্ট-কেন্দ্রীক মার্কেটিং-এর একটা হিড়িক পড়ে গেছে। অনেক বড়ো বড়ো কোম্পানি এখন ওদিকে ঝুঁকছে, বাজটের একটা বড়ো অংশ কনটেন্টের জন্যই বরাদ্দ রাখছে। ব্লগ, ভিডিও, ওয়েবকাস্ট, পডকাস্ট এবং ছয়টি সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্মে তারা কনটেন্ট নিয়ে নিয়মিত হাজির হচ্ছেন। কিন্তু সবাই সফলতা পাচ্ছে না। অনেক কোম্পানি আছে, যারা এখনও কনটেন্টের সফল প্রয়োগে হিমশিম খাচ্ছে। এদের সংখ্যা কম নয়। আমাদের জরিপ অনুসারে, শতকরা প্রায় ৫১ ভাগ B2C ও ৪৭ ভাগ B2B কোম্পানি এখনও ব্যর্থ। তারা বুঝে উঠতে পারছে না কীভাবে কনটেন্ট দিয়ে গ্রাহককে আকৃষ্ট করবে।

এখন সোশ্যাল মিডিয়ার যুগ। ভিন্ন ভিন্ন সোশ্যাল মিডিয়ায় সবারই নিজেকে প্রকাশ করার সুযোগ আছে। আমরা অনেকেই এই সুযোগটিকে কাজে লাগাতে পারছি না। এর পেছনে অনেক কারণ আছে। আমরা হয়তো আমাদের কনটেন্টগুলোকে সঠিকভাবে জায়গামতো পৌঁছে দিতে পারিনি। এতে করে ক্রমশ আমরা সুযোগ হারিয়ে ফেলছি।

আগের বইতে আমাদের উদ্দেশ্য ছিল কনটেন্টের গুরুত্ব বোঝানো। এই বই হচ্ছে কনটেন্ট লেখা এবং প্রকাশ করা নিয়ে।

২। সংক্ষিপ্ততা এবং স্বচ্ছতা কনটেন্ট তৈরির ক্ষেত্রে সবচেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ। অনলাইনে নিজেকে প্রকাশ করার যে সুযোগটি আপনার আছে, সেই সুযোগ কিন্তু আরও অনেকেরই আছে। এখানে সবাই আপনার প্রতিদ্বন্দ্বী।

অনেক মার্কেটার আছে, যারা হয়তো ২০ বছর ধরে মার্কেটিং-এ আছে। কিন্তু এদের কনটেন্টও অনেক সময় কাজ করে না। কেন করে না? এখানেই সংক্ষিপ্ততা ও স্বচ্ছতার গুরুত্ব উপলব্ধি করা যায়।

কনটেন্ট রাইটিং ইজ কিং!

সূচীপত্র

প্রথম পর্ব - লেখার নিয়ম: কীভাবে আরও ভালো লিখবেন ১৭
(এবং লেখাকে কম ঘৃণা করবেন)

সবাই লেখে ১৯

লেখা একটি অভ্যাস, শিল্প নয় ২০

হাই স্কুলের নিয়ম ২৩

লেখা ও তার প্রকাশ ২৫

গুরুত্বপূর্ণ শব্দ (এবং আইডিয়া) দিয়ে প্রতিটি বাক্য শুরু করুন ২৬

লেখার জিপিএস অনুসরণ করুন ২৭

যত বেশি ভাবনা, তত ভালো লেখা ৩১

সুসংগঠন ৩৩

লেখার খসড়া তৈরি ৩৪

পাঠকের সাথে নিজের অবস্থান অদলবদল করুন ৩৬

হাস্যরস আসে পুনর্নির্ধানে ৩৮

প্যাথলজিকাল সহানুভূতি বিকাশ করুন ৩৮

ভুল শব্দ বাতিল করুন ৪১

‘প্রিয় মা’ দিয়েই শুরুটা না হয় করুন ৪৩

দৌড়ের আগে রাস্তা ঠিক করুন ৪৪

শব্দের যথাযথ প্রয়োগ ৪৫

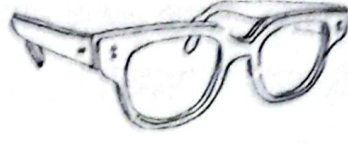
লেখার লিড, কিকারের গুরুত্ব ৪৫

বলুন কম, দেখান বেশি ৪৭

চেনা উপমাতে ব্যবহার করুন অচিন্তনীয় উপায়ে ৪৯

লিখুন সেভাবে, শিক্ষক পড়ায় যেভাবে ৪৯

সহজ করে লিখুন, সস্তা বানিয়ে নয় ৫০



প্রথম পর্ব

লেখার নিয়ম: কীভাবে আরও ভালো লিখবেন
(এবং লেখাকে কম ঘৃণা করবেন)

সন্তান লালনপালন অথবা টার্কি রোস্ট যেমন বিভিন্ন উপায়ে করা যায়, ঠিক তেমনি লেখালেখিরও অনেক উপায় আছে। একটা মাধ্যমেই যে এ তিনটির কোনটা করতে হবে, এমন কোনো কথা নেই। শুধু শুরু করার আগে তিনটি বিষয় সম্পর্কেই আপনার ভালো একটা ধারণা থাকতে হবে। আমি অনুমান করছি, লেখালেখি সম্পর্কে আপনার প্রাথমিক একটা ধারণা আছে। প্রাথমিক ধারণা মানে, ভাষাগত জ্ঞান (শব্দভান্ডার, ব্যাকরণ, বানান ও বিরাম চিহ্নের প্রয়োগ ইত্যাদি)। খুব সহজে বলতে গেলে, আপনি যদি বুঝতে পারেন কোনটি সঠিক বাক্য আর কোনটি নয়, তাহলেই চোখ বন্ধ করে বইটি পড়তে শুরু করুন।

এটাও ধরে নিচ্ছি যে আপনি বইটি পড়ছেন নিজেকে তুলনামূলক ভালো লেখক হিসেবে গড়ে তোলার জন্য।

দ্য আটলান্টিকের সিনিয়র সম্পাদক টা-নেহিসি কোটস এমআইটির শিক্ষার্থীদের এক বছর ধরে লেখা শিখিয়েছেন। পরে তিনি একবার বলেছিলেন:

“আমি খেয়াল করেছি ভালো লেখা অনেকটা অংকের মতো। একবার এক ছাত্রী আমাকে বলল সে ভালো লিখতে পারবে না, কারণ লেখালেখি ঈশ্বরপ্রদত্ত জ্ঞান। আমি তাকে বললাম, লেখালেখি ঠিক অংকের মতো; যত প্র্যাকটিস করা যায়, ততই ভালো হয়।”

অন্য কথায়, যেভাবে ত্রিকোণমিতি, বীজগণিত বা ব্যাল্যান্স শিট তৈরির ওপর দক্ষতা অর্জন করা যায়, ভালো লেখাও ঠিক সেভাবেই শেখা যায়। কীভাবে ভয়কে জয় করে আমি অংকে ভালো হলাম নামের নেইম্যান জার্নালিজম ল্যাবের একটি প্রবন্ধে ম্যাট ওয়েট লিখেছেন:

“অংকে ভালো এবং অংকে খারাপ—এই দুইয়ের মধ্যে একমাত্র পার্থক্য হচ্ছে কঠোর পরিশ্রম। চেষ্টা করলে যে কেউ অংকে ভালো হতে পারে।”

লেখার ক্ষেত্রেও তাই।

লেখালেখি ও সম্পাদনার ২৫ বছরের অভিজ্ঞতায় আমি যা জেনেছি, শিখেছি বা বুঝেছি, তার অনেকটাই এই পর্বে থাকবে, যা আপনাকে হয়তো আপনার লেখার ধার আরও তীক্ষ্ণ করতে সাহায্য করবে।

নীল প্যাটেল এবং ক্যাথরিন আরাগনের ‘দ্য অ্যাডভান্সড গাইড টু কনটেন্ট মার্কেটিং’ (২০১৩) বইটি আমাকে অনেক সাহায্য করেছে। পেশাজীবনের ২৫ বছর হয়তো আমি অনেক কিছু শিখেছি, কিন্তু অবচেতনভাবে অনেক কিছু এড়িয়েও গেছি। এই বইটি আমাকে বুঝিয়েছে সেই এড়িয়ে যাওয়া বিষয়গুলোর তাৎপর্য। চাইলে ওই বইটিও আপনারা একবার পড়ে দেখতে পারেন, উপকৃত হবেন।

এই পর্বে লেখালেখির কিছু নিয়ম থাকছে, আশা করি, নিয়মগুলো আপনার লেখাকে আরও সংগঠিত করতে সাহায্য করবে।

আপনি যদি কখনই কিছু না লেখে থাকেন অথবা লেখালেখি সম্পর্কে কোনো ভয় বা ট্রমা আপনার মনে জেঁকে বসে থাকে, তাহলে আপনার জন্য এই পর্বে থাকছে কিছু সহায়ক প্রক্রিয়া ও কার্যকর কাঠামো সংক্রান্ত আলোচনা।

আবার আপনি যদি এমন হন, যিনি সম্প্রতি লিখতে আরম্ভ করেছেন এবং নিজের লেখাকে আরও ভালো করতে মরিয়া উঠেছেন, আপনার জন্যও থাকছে একটি গাইডলাইন। আর আপনি যদি একজন অভিজ্ঞ লেখক হন, তাহলে আশা করব এই অংশের লেখা আপনার নিজেকে পুনরায় আবিষ্কার করতে বড়ো একটা ভূমিকা পালন করবে।

আমি এই বইটিকে বেশ কিছু নিয়মকানুনের একটি সংকলন হিসাবে লিপিবদ্ধ করেছি, যেগুলো সাধারণ প্রেরণামূলক বই থেকে আলাদা এবং বেশিরভাগই পরামর্শ মাত্র। প্রথম পর্ব সাজানো হয়েছে লেখার প্রক্রিয়া, লেখাকে সুসংগঠিত করা ও পেশাদার লেখকদের জন্য একটা গাইডলাইন হিসেবে। দ্বিতীয় অংশ ব্যাকরণ ও এর ব্যবহার নিয়ে; এই অংশটি মূলত মার্কেটিং-এর শ্রোতাদের জন্য।

যাই হোক, এই ‘নিয়মগুলো’ শুধুমাত্র কার্যকরী কিছু টুল বা কৌশল হিসেবে দেখার অনুরোধ করছি। ইচ্ছে হলে প্রয়োজন মতো আপনি নিয়ম ভঙ্গ করতে পারেন।

সবাই লেখে

আমাদের রাইটিং মাসল বা লেখার পেশীগুলো জট বেঁধে থাকে। এই পেশীগুলোকে সহজ করার জন্য সবচেয়ে বড়ো নিয়ামক হচ্ছে প্রতিদিন লেখা। শিল্পের তাগিদ থেকে লেখা নয়, লেখার অভ্যাস তৈরি করা এবং অভ্যাস থেকে রোজ লেখা।

যখন আপনি প্রতিদিন লেখার অভ্যাস গড়ে তোলার কথা ভাববেন, তখন দেখবেন এটা খুবই সহজ কাজ। অন্য কোথাও বড়ো পরিসরে কিছু লেখার কথা বলছি না। আপনি লিখুন আপনার দৈনন্দিন প্ল্যাটফর্মগুলোতে। যেমন, ইমেইল, ফেসবুক, টুইটার, ইন্সটাগ্রামে। বিষয়টিকে একটি ওয়ার্কআউট হিসেবে দেখেন। শুধু মনোযোগ দেবেন প্রতিদিন নিয়মিত করছেন কিনা, বাকিটা সময়ই আপনার ফিটনেস বদলে দেবে।

প্রথমে এই লেখাগুলোকে আপনি শুধুমাত্র যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবেই দেখবেন, তারপর অভ্যস্ত হয়ে গেলে, আস্তে আস্তে কনটেন্ট বা আইডিয়া নিয়ে লিখতে চেষ্টা করতে পারেন। ভূমিকাতেই আমি বলেছি, শব্দ হচ্ছে আপনার প্রতিনিধি। পৃথিবীর যে কোনো প্রান্তে আপনার মনের কথা জানাতে পাঠিয়ে দিন আপনার প্রতিনিধিদের।

আমি খুব করে চাইব আপনার পাঠক কিংবা শ্রোতার যাতে উপভোগ করে

আপনার লেখা এবং কিছুটা হলেও গর্বিত হয় আপনার জন্য। কিন্তু তার আগে আপনাকে সেই জায়গায় নিজেকে নিয়ে যেতে হবে। এখানে আপনার লেখার মধ্যে একটা পরিবর্তন আনতে হবে ধীরে ধীরে। অনলাইনে যারা নিয়মিত, তারা কোন ধরনের শব্দ বেশি ব্যবহার করে, কী বিষয়ে কথা বলতে স্বাচ্ছন্দ্যবোধ করে কিংবা কখন কোন ট্রেন্ড অনুসরণ করে, এগুলো খেয়াল রাখতে হবে আপনার। আরও ভাবতে হবে লেখক হয়ে ওঠার পেছনে আপনার সবচেয়ে বড়ো বাধা কোনটি বলে আপনি মনে করেন। বেশিরভাগ মানুষই সবচেয়ে বড়ো বাধা হিসেবে দেখে ভয়কে। কারও থাকে আত্মবিশ্বাস কিংবা জ্ঞানের অভাব। আবার কেউ কেউ সবগুলোতেই সমানভাবে আক্রান্ত।

স্টিফেন কিং তার অন রাইটিং বইয়ে লিখেছেন:

“আপনি যদি একজন লেখক হতে চান, তবে আপনাকে দুটি বিষয়কে সবচেয়ে গুরুত্ব দিতে হবে। এক, প্রচুর পড়ুন এবং দুই, প্রচুর লিখুন।”

তিনি এই কথাটা সবাইকে বলেননি। বলেছেন শুধু তাদেরকেই, যারা তার মতো লেখক হতে চায়।

আদতে, লেখক নয় কে? আমি লেখক। আপনি লেখক। আমরা সবাই লেখক। আমরা সবাই প্রতিদিন লিখছি।

লেখা একটি অভ্যাস, শিল্প নয়

আমরা ভাবি যে লেখা একটি শিল্প এবং শুধুমাত্র ঈশ্বরপ্রদত্ত ক্ষমতা নিয়ে জন্মানো কিছু ভাগ্যবানই কেবল লিখতে পারে। এটা নিজেদের অলসতা ঢাকার নিছক একটি অজুহাত ছাড়া কিছুই নয়। সত্যিটা হলো ভালো লেখক মানে অধিকতর উৎপাদনশীল লেখক। আরও সহজভাবে বলতে গেলে, একজন ভালো লেখক হয়ে ওঠার পেছনের মূল চাবিকাঠি হচ্ছে অনেক অনেক লেখা।

আপনারা ভাবেন যে মহান লেখকেরা ভালো লিখছে, তার মানে এর পেছনে বিশেষ কোনো অনুপ্রেরণা আছে। এই প্রসঙ্গে কবি, হিউমারিস্ট ও শিক্ষাবিদ টেলর মালির একটা বক্তব্য আছে। তিনি হাস্যরসাত্মকভাবে বলেছেন: