

# بسته‌ی نشریات دانشجویی

یا چگونه با تانک مسافر کشی نکنیم؟





## فهرست مطالب

۲	پیشگفتار.....
۲	وقتی می‌گوییم نشریه، دقیقاً از چه سخن می‌گوییم؟ (تعریف نشریه‌ی دانشجویی).....
۳	ضرورت‌ها، مزیت‌ها و اهمیت نشریه.....
۳	یک حساب سرانگشتی.....
۴	(کمی جلو تر از نوک دماغ!) بُعد حرفه‌ای، آینده‌ی ژورنالیسم انقلاب اسلامی و مسئولیتی که بر گردن امت حزب الله است.....
۴	تریبون رسمی بسیج دانشجویی.....
۵	با یک نشریه چه می‌توان کرد؟ پتانسیل‌های یک نشریه‌ی خوب.....
۵	خبر رسانی تمیز و وسیع :.....
۶	گفتمان سازی و تحلیل پراکنی!.....
۶	(به تبع خبررسانی و گفتمان سازی) جریان سازی.....
۶	(به تبع خبررسانی، گفتمان سازی و جریان سازی) مواجهه با جرایانات و اتفاقات بیرون و (بخصوص) درون دانشگاه.....
۷	زیرآبی رفتن (!).....
۸	چه باید گفت؟.....
۸	تبیین گفتمان انقلاب اسلامی (در همه‌ی ابعاد).....
۸	مطالبه‌گری.....
۹	خبررسانی.....
۹	معرفی و تبیین ابعاد حرفه‌ای و خصوصی زندگی شخصیت‌های کلیدی گفتمان اسلام ناب.....
۹	روشن‌گری.....
۱۱	چگونه باید گفت؟.....
۱۱	انتخاب جامعه‌ی هدف (Target) و ضریب دهی.....
۱۱	شخصیت نشریه را دست کم نگیرید، ایضا شخصیت مخاطب را و ایضاً رابطه‌ی متقابل این دو را!.....
۱۱	Paraphrase حلقه‌ی گم‌شده‌ی رسانه‌ای‌های حزب اللهی. (تریت نیرو + تولید مطلب + ترویج گفتمان؛ آنچه خوبان همه دارند!).....
۱۲	رعایت اصول مسلم، بدیهی و پایه‌ای روزنامه‌نگاری.....
۱۲	مسئله‌ی بازچی را کجا بگیریم؟ (هر سخن جایی و هر نکته مکانی دارد؛ واقعا).....
۱۲	مصاحبه و ما ادراک مصاحبه! (قسم به مصاحبه و آن چه بیان می‌کند).....
۱۳	چطور توزیع کنیم؟.....
۱۴	آرشیو، نقد و بررسی، مدیریت دانش.....
۱۴	چند دست و چند هندوانه؟ یا چه کنیم که اصل لانه کبوتری را به کار نبریم؟!.....
۱۵	قوه قضائیه‌ی دانشگاه.....
۱۶	ضمیمه شماره ۱.....
۳۸	ضمیمه شماره ۲.....
۴۵	ضمیمه شماره ۳.....

## • پیشگفتار

قصه‌ی مور و تیمور است؛ داستان نشریات دانشجویی حزب الهی را می‌گوییم. اینبار اما، ما تیموریم ولی، راستش خسته شدیم از بس که دیدیم این مورچه‌ی بیچاره، دانه را به دندان گرفت و چند قدمی از دیوار بالا رفت و ... تَرَقُّ ... با پشت به زمین افتاد. البته که مورچه، مَرَدَر از آن است که بیخیال ماجرا شود، اما، ما به حکمِ چو «می‌بینی که نابینا و چاه است / اگر خاموش بنشیننی گناه است» دست به کار شدیم و سعی کردیم، تجارب - نه فقط یک مورچه - که چندین مورچه را جمع و جور کنیم و در اختیار سایرین بگذاریم، شاید که کمتر سقوط کنند از این دیوار بلند بَد بَدَن!

نوشتار حاضر، فقط مدخلی است به بحث مفصل و بسیار مهم نشریات دانشجویی، و از آن مهمتر رسانه. سعی کردیم فعلا فقط ضروریات را بگوییم و بنویسیم؛ ضمائم متنوعی هم، قرار بود همزمان با این بسته منتشر شود، که نشد و نرسید؛ در تلاشیم که به مرور به داستان برسانیم سایر ضمائم را. گوش به زنگ باشید.

همتی کرده‌اند رفقای دست اندرکار خبرگزاری دانشجو (SNN) و سامانه‌ی جامع نشریات دانشجویی را راه انداخته‌اند به نام پند (پاتوق نشریات دانشجویی)؛ حتما سر بزید و عضو شوید و ببینید که در چه حال است؛ نقداً می‌توانید کارگاه تصویری نشریات را آنجا ببینید که در چند جلسه، صفحه‌آرایی را آموزش می‌دهند، مفت و مجانی!

درب سایت قرارگاه هم همیشه به رویتان باز است، لااقل تا وقتی فیلتر نشده‌ایم! معتقدیم نکات بسیاری هست که از قلم ناقص ما افتاده ولی، از چشمان تیزبین شما پنهان نخواهد ماند، پس بی‌خبرمان نگذارید.

## • وقتی می‌گوییم نشریه، دقیقاً از چه سخن می‌گوییم؟ (تعریف نشریه‌ی دانشجویی)

قطعا منظور از نشریه، یک مجله‌ی ۲۰-۳۰ صفحه‌ای با قطع ۴ و مطالب بلند و صفحه‌آرایی زشت نیست! مخاطب اگر مد نظرتان باشد، و شناسیدش و با سلیقه‌اش آشنا باشید، هرگز راضی نمی‌شوید چنین موجودی را یک‌هو به خوردش دهید.



اولا که دانشجو کم‌حوصله است و ترسو! حجم زیاد، به شدت مخاطب‌پران است؛ باور کنید! (مگر اینکه از قبل آماده‌اش کرده باشید برای خواندن و شنیدن این همه حرف).

ثانیا نشریه باید جذابیتی برای مخاطب داشته باشد تا دیده و خوانده شود. خودتان را جای دانشجویها بگذارید و از خود بپرسید که چرا من باید این نشریه‌ی بدقیافه‌ی گنده‌ی

مملو از تیتراهای کلیشه‌ای و شامل مسائلی که دغدغه‌ی من نیست، را ببینم، (حتی) تورق کنم یا بخرم!

پس همیشه و پیش از انتشار هر شماره به این مسئله، خیلی جدی فکر کنید که در این شماره کدام جذابیت‌ها را به کار خواهید گرفت؟ تیترا خوب، گرافیک خوب، حجم مناسب و متناسب بودن مطالب با دغدغه‌های دانشجویان، مهمترین فاکتورهای جذابیت یک نشریه‌اند.

مهم‌ترین ویژگی یک نشریه‌ی دانشجویی، دانشجویی و دانشگاهی بودنش است؛ اگر کسی فکر کند که با کپی کردن مطالب و شکل و ساختار نشریات حرفه‌ای، نشریه‌ی دانشجویی تولید کرده، به عقلش شک کنید؛ نه، اصلاً مطمئن شوید که طرف، بی‌... (لا اله الا ...).

**دانشجویی** بودن نشریه - که چندان قابل تعریف نیست اما به وضوح، قابل درک است - رکنی اساسی به شمار می‌رود (از همان‌ها که حتی اگر سهواً هم مورد غفلت واقع شود، نماز را باطل می‌کند!).

مهمتر از آن، نشریه‌ی دانشجویی دانشگاه فلان باید متفاوت باشد با نشریه‌ی دانشجویی دانشگاه بهمان! و این تفاوت باید دقیقاً به اندازه‌ی تفاوت دانشگاه فلان با دانشگاه بهمان باشد. نشریه‌ی دانشجویی هر دانشگاهی باید حامل دغدغه‌های همان دانشگاه و همان جامعه‌ی دانشجویی باشد، حتماً. در غیر این صورت، تحریریه‌ی نشریه برای خودش می‌نویسند و لاجرم، خودشان هم باید بخوانند!



مناسب‌ترین حجم برای یک نشریه‌ی دانشجویی، یک برگ ۳۱ (تاشده یا ایستاده) است؛ ۳۱ تاشده، بسیار معمول‌تر است چون هم خوش‌دست‌تر است و هم توان دسته‌بندی بهتری از مطالب (مثلا صفحه‌ی سیاست داخلی، صفحه‌ی سیاست خارجی، صفحه‌ی دانشگاه و ...) را به‌دست می‌دهد.

۳۱ ایستاده اما، هم با باقی نشریات متفاوت است (و این تفاوت، جذابیت نشریه را ارتقاء می‌دهد) و هم دست صفحه‌آرا و گرافیک را برای طراحی باز می‌گذارد و قابلیت‌های بسیاری را در طراحی فعال می‌کند؛ اما کمی بد‌دست و بدخوان است. انتخاب با شماست!

نشریه‌ای که ترمی دو-سه بار به زور منتشر شود، (بی‌تعارف) نشریه نیست اصلا. لازم است مخاطب را **قدم به قدم** (بخوانید هفته به هفته) با خود همراه کنید و همراهش بروید! تجارب موجود، نشان می‌دهد که هفته‌نامه یا دوهفته‌نامه تاثیر بسیار بالایی بر فضای دانشگاه دارد و اثرگذاری وسیع و عمیقی را به دنبال خواهد داشت.

## • ضرورت‌ها، مزیت‌ها و اهمیت نشریه

برای انجام هر کاری، روش‌های متعددی وجود دارد، عقل سلیم همواره به دنبال یافتن روش بهینه است؛ روشی با هزینه‌ی کم و فواید بالا.

فریاد زدن شعارهای انقلاب اسلامی و سر دست گرفتن آرمان‌ها و ارزش‌هایش هم از این قاعده مستثنی نیست و تجربه‌ی سال‌ها کار دانشجویی در این زمینه، قالب‌های متنوعی را پیش روی ما قرار داده؛ برنامه‌های آمفی تئاتری (سخنرانی، مناظره، پخش فیلم و مستند و ...)، برنامه‌های صحنی (تجمع، نمایشگاه و ...)، برد، سایت، نشریه و امثالهم مرسوم‌ترین این قالب‌ها هستند. سوال طبیعی آن است که **کدام روش بهینه است؟** یافتن پاسخ برای این سوال و انتخاب یک قالب، هرگز به معنی نفی دیگر قالب‌ها نیست، بلکه محدودیت منابع (اعم از مالی، زمانی و نیروی انسانی) همیشه ما را وادار به اولویت‌بندی می‌کند، لذا پاسخ سوال فوق، اولویت اول خواهد بود و سایر گزینه‌ها، اولویت‌های بعد. (همه‌ی گزینه‌ها روی میز است!)

## • یک حساب سرانگشتی

هر ترم، در بهترین حالت، شامل ۱۶ هفته‌ی آموزشی است؛ هرچند تجربه نشان داده که حداکثر ۱۰ هفته از این زمان، قابل استفاده برای تشکل‌هاست. فرض کنیم در یک ترم، ۱۰ برنامه‌ی صحنی و آمفی تئاتری برگزار کنیم که مخاطب هر کدام حدود ۴۰۰ نفر باشد (خواننده‌ای که اندکی در فضای تشکل‌های دانشجویی تنفس کرده باشد، تایید می‌کند این مقدار برای دانشگاهی با جمعیت ۵۰۰۰ نفر، بسیار بسیار فراتر از واقع است)؛ در این صورت شما در طول یک ترم، حدود ۴۰۰۰ نفر مخاطب داشته‌اید.

اما اگر در همین مدت (یعنی ۱۰ هفته)، ۱۰ شماره از هفته‌نامه‌ی تان را با تیراژ ۵۰۰ عدد (برای هر شماره) منتشر و توزیع کنید؛ حدود ۵۰۰۰ نفر مخاطب را مشغول خود کرده‌اید (باز هم خواننده‌ی آشنا به فضاهای دانشجویی، تصدیق می‌کند که تعداد ۵۰۰ برای هر شماره، با توجه به جمعیت دانشگاه، خیلی معمولی و بلکه دست‌پایین است).

حالا خودتان مقایسه کنید هزینه‌ی مالی و انسانی مصرف شده برای برنامه‌های اجرایی (صحنی و آمفی تئاتری) را با هزینه‌های انتشار نشریه؛ بعد مقایسه کنید میزان مخاطب این دو را (۴۰۰۰ در بهترین حالت، در مقابل ۵۰۰۰ در حالت معمولی) و بعدتر مقایسه کنید میزان اثرگذاری‌ها را! و بعد از همه‌ی این‌ها، میزان رشدی که برای دست‌اندرکاران اتفاق افتاده را!

نتیجه روشن است، با انتشار مستمر نشریه، شما در ازای پرداخت **هزینه‌ی کمتر و صرف نیروی انسانی کمتر** (به نفر-ساعت حساب کنید)، صاحب **مخاطب بیشتر، اثرگذاری عمیق‌تر و تربیت نخبگان با کیفیت‌تر** شده‌اید. منطقی نیست؟

شاید کمتر فعالیتی در مجموعه‌ی بسیج به اندازه‌ی نشریه، **تربیت نیروی خوب و کارآمد** را به همراه داشته باشد؛ فقط تحریریه‌ی یک نشریه، دست‌کم پنج-شش نفر **مبلغ فصیح** برای انقلاب اسلامی به ارمغان می‌آورد؛ نه خیال کنید عالم بی‌عمل تحویل می‌دهد؛ که برعکس، تجربه نشان داده چنین نیروهایی بیشترین حجم فعالیت‌های اجرایی را نیز در کارنامه ثبت خواهند کرد (به یک دلیل خیلی ساده: **دغدغه است که انسان را به حرکت وا می‌دارد** و هرچه پُر دغدغه‌تر باشی، سوز و شور و حرارت بیشتری داری برای اشاعه‌ی فرهنگ اصیل انقلاب اسلامی).





(کمی جلوتر از نوکِ دماغ!) بُعدِ حرفه‌ای، آینده‌ی ژورنالیسم انقلاب اسلامی و مسئولیتی که بر گردن امت حزب الله است



هفته‌نامه‌ی تایم (Weekly Time) از سال ۱۹۲۳ شروع به کار کرده و اکنون – و در آستانه‌ی ۹۰ سالگی – هر هفته بیش از ۲۵ میلیون نسخه شمارگان دارد! ۲۰ میلیون در خودِ ایالات متحده و ۵ میلیون در سایر نقاط جهان. چندین شعبه در کشور های مختلف اروپایی و آسیایی دارد که اخبار و تحلیل‌ها و نیز شماره‌های ویژه‌ی این مناطق را گردآوری می‌کنند. حتی تورق طرح جلد های این نشریه (دقت کنید که نیازی به مطالعه‌ی مطالب نیست!) به وضوح خبر می‌دهد از سرِ درون! تایم، یک و فقط یک هدف مد نظر دارد؛ تبیین و ترویج سبک زندگی و تفکر آمریکایی و تثویز کردنِ آن.

نیوزویک (Newsweek)، دومین هفته‌نامه‌ی پر تیراژ جهان، از ۱۹۲۷ شروع به کار کرده و هر هفته میلیون‌ها نفر را در سراسر جهان مخاطب خود قرار می‌دهد. نیوزویک نیز – به روشی دیگر و ادبیاتی متفاوت – دقیقاً همان مأموریتِ تایم را دنبال می‌کند.

سوال اول اینجاست که در این سی و چند سالی که از انقلاب اسلامی می‌گذرد، بدیلی برای تایم داشته‌ایم؟ دقیق‌تر و البته واقع‌بینانه‌تر بپرسیم: چرا تایم و نیوزویک انقلاب اسلامی هنوز حتی متولد هم نشده‌اند؟ باید به چند صبحای **سوره‌ی** آقا سید مرتضی آوینی، یا چند شماره **راه** یا کپی‌های بسیار ناقص و زیادی ناشیانه از نمونه‌های خارجی، دل خوش کنیم؟

شوربختانه باید گفت که حتی در (ناقص) کپی کردن نشریات غربی هم توفیقی نیافته‌ایم و از این منظر، جریان اصلاحات بسیار بهتر (یا کم‌بدتر) از ما عمل کرده؛ قوچانی با شهروند امروز و سپس، ایراندخت نشان داد که در کپی زدن، از زاکانی و پنجره‌اش، و آجرلو و مثلث‌اش و جلیلی و راه‌اش و زمانه و پلاک هشت و سینما رسانه و داستان و الخ، حرفه‌ای‌تر است (و این حرفه‌ای بودن، چقدر آدم را یاد مقاله‌ی «روزنامه نگاری حرفه‌ای» سیدناالشهید، آوینی می‌اندازد:

"نشریات جدیدی که این روزها از هر گوشه و کنار می‌رویند ریشه در خاک واحدی دارند و آن «ژورنالیسم حرفه‌ای» است." )

سوال دوم، البته که مهم‌تر است؛ اگر گفتمان انقلاب، نیاز اساسی و ضروری دارد به ارگان‌های مطبوعاتی انقلابی، و اگر مطبوعات فعلی (با احترام به اندک موفقیت‌های محقق شده – مانند هفته‌نامه‌ی ۹ دی – و همه‌ی بزرگان این عرصه) توان آیفای این نقش را ندارند و اگر در آینده‌ای نه چندان دور، تمام این مسئولیت به ما منتقل خواهد شد – که قطعاً همین‌طور است – از چه زمانی باید به تربیت نیرو پرداخت؟ کجا باید تجربه آموخت؟ چه‌طور باید آماده شد؟ مانیفست ژورنالیسم انقلابی چیست؟ مولفه‌های نشریات انقلابی کدامند؟ چه‌طور می‌توان در بازار نشریات زرد و منفعت‌طلب، بر اصول پای فشرد و آرمان‌ها را فریاد زد و فروش مناسب داشت؟ (در بحث مدل‌های توزیع، به مسئله‌ی فروش خواهیم پرداخت.)

مهارت برقراری ارتباط با مخاطب را باید یادگرفت و تجربه کرد، مهارت تبیین بلیغ اعتقادات، یک طرف قضیه؛ و مهارت مکتوب کردن آن، طرف دیگر ماجراست؛ و برای بیان و ترویج اعتقادات، چه جایی بهتر از نشریات دانشجویی که فرصتی است برای فکر کردن و پرداختن به دغدغه‌ها و تمرین نوشتن و خوب نوشتن.

• **تریون رسمی بسیج دانشجویی**

مسئول بسیج دانشجویی دانشگاه‌تان را پشت یک وانت، بلندگو به دست (قطعاً می‌شود نوع و شکل بلندگو را حدس زد!) در حال قرائت بیانیه در سطح دانشگاه تصور کنید! خیلی ناجور شد؛ این یکی را امتحان کنید: در یکی از معابر اصلی و پر تردد دانشگاه، شخصی (احتمالاً با ریش فراوان و ضخیم)،



در حال توزیع بسته ای قطور از برگه های حاوی بیانیه ی بسیج دانشجویی در باره ی فلان اتفاق است! بد نبود؛ حالت بعد: بیانیه ی بسیج دانشجویی در برد نصب شده! یا در سایت مجموعه بارگذاری شده! و ...

تردیدی نیست که مواضع بسیج دانشجویی، در موارد مختلف اعم از مسائل درون دانشگاهی و غیر آن، تاثیرگذار است و باید به سمع و نظر همه- به ویژه اهالی دانشگاه - برسد؛ اما چطور؟ چه کنیم که مواضع بسیج دانشجویی، دیده و شنیده شود؛ عده ی بیشتری ببینند و تاثیر بیشتری بپذیرند؟ کدام مدل بهتر است ؟

یقیناً یک بیانیه، به تنهایی، از جذابیت کمی برای مخاطب برخوردار است، بخصوص که در چاپ و تکثیر آن، از جلوه های بصری و تکنیک های گرافیکی استفاده نشده. استفاده از برد و سایت هم شما را با مخاطب محدودی طرف می کند. به این ها اضافه کنید که همه ی مواضع را نمی توان - و نباید - از طریق بیانیه اعلام کرد. نشریه اما، از یک طرف، قالب های زیادی را برای بیان موضع در اختیار شما قرار داده (از طنز گرفته تا عکس و کاریکاتور و مصاحبه و ...)، و از طرف دیگر، امکان استفاده از تکنیک های گرافیکی را فراهم می کند؛ طیف وسیعی از مخاطبان را نیز در اختیارتان می گذارد؛ بهتر از این ابزاری سراغ دارید ؟

بنابراین، برای تبیین مواضع بسیج دانشجویی، نیاز مبرم به یک نشریه (که به عنوان ارگان رسمی بسیج دانشجویی شناخته شود) احساس می شود. ( باز هم باید تاکید کرد، استفاده از برد، سایت، سیستم ارسال پیامک، گروه های ایمیلی و ... همه روش های مناسبی برای بیان موضع و رساندن پیام هستند و هرگز نباید از آن ها غافل شد؛ اما، نوشتار حاضر، در پی یافتن ابزار بهینه و اولویت اول است. در آینده ای نه چندان دور و در قالب بسته ای دیگر، اگر خدا بخواهد، به تفصیل درباره ی رسانه، و چگونگی مدیریت فضای دانشگاه با استفاده ی به موقع از تمام ابزار های رسانه ای سخن خواهیم گفت؛ فعلاً همین یک نکته در ذهنتان باشد که همیشه همه ی گزینه ها روی میز است!)

این نکته را هم نباید از یاد برد که، نشریه ای با مولفه های یاد شده، بهترین تربیون برای تبلیغ و اطلاع رسانی سایر فعالیت های مجموعه (از جمله برنامه های آمفی تئاتری) است که تا حد بسیار زیادی، شما را از پوستر چسبانی و تراکت پخش کردن، بی نیاز می کند.

## • با یک نشریه چه می توان کرد؟ پتانسیل های یک نشریه ی خوب

### • خبر رسانی تمیز و وسیع :

#### ▪ دانشجویها (سیب زمینی ها!)

کم نیستند دانشجویهایی که فقط در مواقع خیلی خاص، خبرگزاری ها، روزنامه ها و حتی اخبار تلویزیون را رصد می کنند و از این میان عده ی بسیاری، اخبار روز را به ناقص ترین شکل ممکن از منابع غیر خبری (بدیهی ترینش شبکه های اجتماعی) یا از رفقای احتمالاً مطلع شان (که لزوماً هم مطلع نیستند!) پیگیری می کنند. این، دست کم سه عارضه ی جدی دارد:

- ✓ عادت به این روند، دانشجوی مذکور را با سرعت نور به سمت سیب زمینی شدن سوق می دهد، یعنی بعد از یکی دو سال، این شکل تنبلی، در او نهادینه می شود و ...
- ✓ اخبار را همیشه، تاکید می کنم همیشه، ناقص، بدون جزئیات و آمیخته به انواع شایعات و تحلیل های ضعیف دریافت می کند، که نتیجه اش واضح است و مبرهن.
- ✓ فقط اخباری به گوشش می رسد که در شبکه های اجتماعی، مورد بحث و بررسی قرار گرفته، اصطلاحاً **داغ** می شوند، یا توسط رفقای مطلع (!) ضریب اهمیت بالایی می گیرند، و به این صورت، اخبار مربوط به حوادث بسیار مهم جهان - که سهواً یا عمداً توسط منابع خبری دانشجویی سیب زمینی شده، بایکوت می شوند - هرگز به گوشش نخواهد رسید. خوب یادم هست که زمانی برای یکی از همین نوع دانشجویها راجع به بحرین گفتم و جنایاتی که حاکمانش در سکوت رسانه ای مشغول انجام اند، و تعجبش را دیدم، گویا که غیر از سوریه در هیچ کشوری خبری از تانک و توپ و کشت و کشتار نیست!

بنابراین نشریه (نشریه ای تک برگی که راهش را تا خوابگاه و بلکه تخته های دانشجویها و حتی سفره ی غذا!) باز می کند) می تواند و باید تبدیل شود به منبع خبر چنین دانشجویایی ( و این تازه اول راه است برای شکل دهی فضای فکری دانشجویها). طبیعی است که دیگران هم، اگر خبررسانی نشریه را به موقع و کارا تشخیص دهند،



ترجیحش خواهند داد به خیلی از بنگاه های خبررسانی دیگر، به خصوص در حوزه ی مسائل دانشگاه که بنگاه خبری رسمی دیگری وجود ندارد.

#### ■ اساتید (ایمیل دانشگاه ها را دریابید)

بدیهی است که اثرگذاری بر اساتید، چندان ساده نیست، یا دست کم زمان بر تر از دانشجویهاست؛ اما شدنی است و **ضروری**. خبررسانی خوب اولین قدم در این راستاست و البته قدم صفرم (!) را نباید فراموش کرد؛ همیشه به موازات اینکه **چه بگوییم و چه گونه بگوییم** باید به این فکر کرد که چگونه گفته هایمان را به دست (یا گوش یا چشم) مخاطبان برسانیم.

در مورد اساتید، اگر چه می توان از طریق دانشجویها (ی خودی) نشریه را منتقل کرد، اما، استفاده از ایمیل خود دانشگاه، به نظر راه کم هزینه تر و احتمالاً موثرتری باشد، البته ممکن است لازم شود که به ارسال جای فایل پی دی اف نشریه، فقط اخبار (و احتمالاً مطالب برگزیده) را (به صورت متن یا لینک) به ایمیل ها بفرستید.

ماجرای ناگوار سال ۸۸، به خوبی از نقش اساتید در تحولات دانشگاه خبر می دهد؛ نیازی به توضیح بیشتر نیست!

#### ■ کارمندان (Terribly important!)

غفلت از نقش اساسی و تعیین کننده ی کارمندان، در جهت دهی تصمیمات مجموعه ی ریاست دانشگاه و نیز تاثیرگذاری بر تحولات دانشگاه، اشتباه مهلکی است که با بسامد بالا از سوی بسیج های دانشجویی انجام می شود. برخلاف تصور موجود، بدنه ی کارمندان دانشگاه، به شدت به اخبار و تحلیل های موجود در نشریات دانشجویی اهمیت داده، آن ها را دنبال می کنند و به شدت تحت تاثیر جریان سازی های دانشجویی قرار می گیرند؛ بنابراین تاثیرگذاری بر کارمندان دانشگاه، به طور غیر مستقیم (اما موثر)، اثرگذاری بر حوزه ی ریاست و فضای دانشگاه به شمار می رود.

لذا خبر رسانی کارآمد و فراگیر - هم شامل حوادث بیرون دانشگاه و هم (و به خصوص) تحولات درون دانشگاه - از جمله ی مهمترین ظرفیت های یک نشریه است که اثرگذاری بالا و طیف مخاطب وسیعی دارد. حتی اگر هیچ یک از مطالب نشریه خوانده نشود، مطمئن باشید تیر یک و ستون اخبار، دیده و خوانده می شود.

#### • گفتمان سازی و تحلیل پراکنی!

#### • (به تبع خبررسانی و گفتمان سازی) جریان سازی

#### • (به تبع خبررسانی، گفتمان سازی و جریان سازی) مواجهه با جرایانات و اتفاقات بیرون و (بخصوص) درون دانشگاه

یادم هست که زمانی، اواخر پاییز، کنار پنجره ی اتوبوس اسکانیای تر و تمیزی - که گرفتن بلیطش اصلاً راحت نبود - نشسته بودم و طبق معمول، بدون عینک و البته با اعتماد به نفس بالا (!) گویی که چشمان عقاب را در اختیار دارم، مناظر طبیعی را دنبال می کردم، که یک هو چشمم به زمینی پوشیده از برف افتاد و - باز با اعتماد به نفسی تعجب آور - رو به بغل دستی ام کردم که «عجب برفی باریده این جا، این موقع سال!» و طرف - که مردی جافتاده و کمی هم پا به سن گذاشته بود - با نگاهی عاقل اندر سفیه و البته اشاره ای مودبانه بهم فهماند که باید عینکم را بزنم و بعد اظهار فضل کنم؛ و گفت که این ها برف نیست، «کشاورز، فقط مسئول آب و کود و سم کاشته هایش نیست؛ سرما را نیز از شان دفع می کند، به وسیله ی همین پلاستیک هایی که شما با برف اشتباه گرفتی!» و کمی بعد مشخص شد که طرف، درس خوانده ی کشاورزی بود و البته کوهی از تجربه هم لابه لای تارهای - مشکی خاکستری - مویش داشت.

حالا ما کشاورزیم و کشت مان، اهالی دانشگاه؛ خبر رسانی حکم آب و کود را دارد و این، البته که برای مخاطب کافی نیست. **تحلیل** را باید که بیاموزیم به مخاطب؛ تحلیل خوب باید فراهم کنیم و در اختیارش بگذاریم. هم خود رساندن تحلیل (در موارد خاص) موضوعیت دارد و هم بالا بردن سطح **تحلیل** مخاطب. و این دومی، به زبان ساده تر می شود **گفتمان سازی**.

فقط و فقط با **حاصل جمع** خبررسانی و گفتمان سازیست که می توانید انتظار داشته باشید مخاطب تان از کوران حوادث و جریانات مختلف، جان سالم (بخوانید **ذهن سالم**) به در برد و شعارهای انقلاب اسلامی را بلندتر از قبل فریاد بزنند.



## • زیر آبی رفتن (!)

- ادب، هنر، موسیقی و سینما
- فضای مجازی و همه‌ی آنچه به آن مربوط است.
- اقتصاد، صنعت، معدن، تجارت و بازار (مطالبه‌گری تخصصی)

همیشه هم بی‌کله و بی‌هوا تو دل دشمن رفتن بهترین راه نیست! همیشه هم رُک و رو راست بودن و صریح موضع گرفتن، مطلوب نیست؛ گاهی باید کمی زیر آبی رفت و قدری غیر مستقیم گفت؛ کاری که ما کمتر انجام می‌دهیم.

برای گفتن از ارزش‌ها و آرمان‌ها، برای دفاع از انقلاب و برای اثبات بسیجی بودن، لزوماً نباید از سیاست حرف زد و اصول‌گرا و اصلاح‌طلب و عدالت‌خواهی (به سبک مرسوم) و اشرافیت و ...

گراف نیست اگر بگوییم که مهمترین ویژگی نظریه‌ی ولایت فقیه و اسلام ناب محمدی (صلی الله علیه و آله و سلم) **حضور و نقش آفرینی در تمام وجوه زندگی** بشر است و لذا بر مبنای این نظریه، می‌توان (و باید) برای هر عرصه‌ای (نه فقط سیاست و حکومت)، مدلی منطبق با ارزش‌ها تدوین کرد. حضور و نقش آفرینی امت حزب الله (با مدل انقلاب اسلامی) در عرصه‌ی ادبیات، هنر (به ویژه سینما و موسیقی)، اقتصاد، صنعت و ... لازمه‌ی حیات انقلاب و نظام است. پس ورود به حوزه‌های یادشده، بر بسیج دانشجویی به عنوان جریان اصیل حامی گفتمان انقلاب اسلامی، فرض است؛ و بدیهی است که در این راه، نقد جریانات موجود و بررسی نقاط قوت و ضعف آن‌ها (هم در تئوری و هم در عمل) اولین گام و ضروری‌ترین اقدام است. (به خاطر داشته باشید که برای خوراندن شربت آلبیموی طبیعی خنک! به فردی که لیوانی پر از نوشابه‌ی تگری در دست دارد، باید اول متقاعدش کنید که لیوانش را خالی کند، بعد به این فکر کند که شربت شما را بنوشد یا خیر!) (همچنین ذکر این نکته ضروری است که ارائه‌ی این مطالب می‌تواند - با توجه به شرایط دانشگاه - از تربیون بسیج دانشجویی یا از طریق نشریات مستقل - و حتی بدون موضع‌گیری سیاسی - انجام شود، تا دافعه‌ی کمتری داشته باشد).

بهترین مثال سینماست؛ برای من و شما واضح است که آنچه این روزها به نام سینمای ایران شناخته می‌شود، نه سینماست و نه مربوط به ایران! چه رسد به اینکه سینمای انقلاب اسلامی باشد؛ اما، تبیین این امر، برای عموم مردم و به خصوص دانشجویان ساده نیست؛ به ویژه آنکه بخش قابل ملاحظه‌ای از مخاطبان سینمای امروز، دانشجویانند و از این میان، عده‌ی بسیاری، دل در گرو این عجزه بسته‌اند! بنابراین نقد آثار نمایشی روز (اعم از فیلم داستانی، مستند، نمایش تئاتر و ...) ضروری است؛ نکته‌ی بسیار مهم اینجاست که، نقد - اگرچه حرفه‌ای اما - باید از دریچه‌ی گفتمان انقلاب اسلامی باشد تا بتوان در خلال بیان نقاط قوت و ضعف آثار، مولفه‌های سینمای انقلاب اسلامی را به مخاطب ارائه کرد و گرنه نقد صرفاً تکنیکی و یا نقد محتوایی مبتنی بر اندیشه‌های سکولار و حتی لائیک را در بسیاری از نشریات و مطبوعات می‌توان یافت. (یک بار، فقط یک بار؛ شما را به خدا فقط یک بار پیام امام به هنرمندان را به گوش جماعت برسانید:

بخش‌هایی از این پیام :

تنها هنری مورد قبول قرآن است که صیقل دهنده اسلام ناب محمدی - صلی الله علیه و آله و سلم - اسلام ائمه هدی -علیهم السلام - اسلام فقرای دردمند، اسلام پابرهنگان، اسلام تازیانه خوردگان تاریخ تلخ و شرم آور محرومیت‌ها باشد. هنری زیبا و پاک است که کوبنده سرمایه داری مدرن و کمونیسم خون آشام و نابود کننده اسلام رفاه و تجمل، اسلام التقاط، اسلام سازش و فرومایگی، اسلام مرفهین بی درد، و در یک کلمه "اسلام آمریکایی" باشد.

هنر در جایگاه واقعی خود تصویر زالوصفتانی است که از مکیدن خون فرهنگ اصیل اسلامی، فرهنگ عدالت و صفا، لذت می‌برند. تنها به هنری باید پرداخت که راه ستیز با جهانخواران شرق و غرب، و در راس آنان امریکا و شوروی، را بیاموزد. هنرمندان ما تنها زمانی می‌توانند بی‌دغدغه کوله‌بار مسئولیت و امانتشان را زمین بگذارند که مطمئن باشند مردمشان بدون اتکا به غیر، تنها و تنها در چهارچوب مکتبشان، به حیات جاویدان رسیده‌اند.

قطعا نقدی مطلوب و مورد قبول است که هم جنبه‌های تکنیکی اثر را مورد توجه قرار دهد و هم محتوای آن را؛ نه اینکه به واسطه‌ی فرم خوب، فیلم بی‌محتوا (یا بدمحتوا!) را تحسین کند و یا بالعکس فیلم ضعیف را به دلیل درون‌مایه‌ی ارزشی و خوب، بستايد.

به علاوه، انحصار رسانه‌ای جریان روشنفکری بر سینما، باعث شده، سینماگران این طیف، هر اثر و هر هنرپیشه و فیلم‌سازی را که بخواهند (و مؤید تفکرات‌شان بدانند) در کانون توجهات قرار دهند و هر کدام را که نخواهند (و به مذاق‌شان خوش نیاید) بایکوت کنند؛ به خاطر بیاورید دعوت به تحریم و سپس کپی غیر قانونی اخراجی‌ها و نیز اهانت به بازیگران قلاده‌های طلا، ضرب و شتم دختر استاد علیرضا افتخاری، راه اندازی صفحه‌ی «من از شهاب حسینی متنفرم» (به خاطر حضور و سخنرانی وی در حضور رهبر معظم انقلاب (حفظه الله)) و ...





از این رو، ورود مجموعه‌ی بسیج و سایر حامیانِ گفتمان انقلاب اسلامی به این عرصه، باعث می‌شود، اندک آثار و سینماگران متعهد، ظهور و بروزی درخورِ شأن‌شان یافته، به ادامه‌ی مسیر امیدوار شوند و پایه‌های سینمای انقلابی را مستحکم‌کنند.

همین حرف‌ها (حداکثر با اندکی تغییر) را می‌توان در حوزه‌ی ادبیات، اقتصاد، صنعت، معدن، تجارت، دانشگاه(هم در مسائل آموزشی و هم در مسائل پژوهشی)، فضای مجازی و ... بیان کرد و همان نتیجه‌ها را گرفت.

## • چه باید گفت؟

• تبیین گفتمان انقلاب اسلامی (در همه‌ی ابعاد)

• مطالبه‌گری

مطالبه‌ی خواسته‌های به‌حق دانشجویان در امور آموزشی، پژوهشی، رفاهی و ... را چه کسی باید پرچم‌داری کند؟ قطعاً روند کنونی (یعنی پرچم‌داری شورای صنفی) مطلوب نیست؛ در واقع، سال‌هاست که شوراهای صنفی، عنوان «نماینده‌ی دانشجویان» را یدک می‌کشند اما، در اکثریتِ قریب به اتفاقِ موارد، به آفاتِ زیر دچار شده و به همین دلیل در احقاقِ حقوقِ دانشجویان ناموفق بوده‌اند:

**یکم:** در بیشتر موارد شورای صنفی به محلی برای برنامه‌ریزی‌های سیاسی و اهرمی برای فشار به حاکمیت تبدیل شده و لذا به جای مطالبه‌گری منطقی، به اقدامات ساختارشکنانه پرداخته، نه فقط دردی از دانشجو دوا نکرده بلکه فضای آرام دانشگاه‌ها را نیز متلاطم نموده‌اند.

**دوم:** گاهی نیز، عده‌ای بدون انگیزه‌های سیاسی، به امور صنفی پرداخته‌اند، اما، چون روالِ منطقیِ مطالبه‌گری را در پیش نگرفتند، بعضاً با مشاهده‌ی عدم پاسخ‌گویی مسئولین، به سرنوشتِ گروه قبل دچار شدند.

(ذکر این نکته هم ضروری به نظر می‌رسد که انفعال حزب الهی‌ها در این زمینه موجب شده که گروه‌های مذکور، در جذب و همراه کردنِ بخش‌هایی از بدنه‌ی دانشجویی، توفیق یابند.)

**سوم:** در مواردی نیز، سرخوردگی ناشی از تجاربِ دو گروه بالا، موجب تعطیلی کامل، یا انفعال کامل شورای صنفی شده است (حالتی که این روزها با بسامدِ بالایی در دانشگاه‌ها دیده می‌شود)؛ حالتی که در آن غالباً شورای صنفی از یک طرف، با عدم استقبال بدنه‌ی دانشجویی و از طرفِ دیگر با برخوردِ تحقیرآمیز (یا در بهترین حالت غیرپاسخگویانه!) مسئولین مواجه شده، کلاً انگیزه‌ی فعالیت را از دست می‌دهد.

و در تمام موارد فوق، و حتی سایر حالات، مطالباتِ دانش‌جویان در دانش‌گاه به موارد رفاهی تقلیل یافته، خبری از مطالبه‌گری در حوزه‌های آموزشی و پژوهشی نیست؛ انگار نه انگار که پدیده‌ی **شوم و منحوس جزوه‌محوری** در حوزه‌ی آموزش و ارزیابی، و یا **فاجعه‌ی مقاله‌محوری** در حوزه‌ی پژوهش مثل موریانه در حال خوردن و پوساندن ساختمان علمی کشورند. انگار نه انگار که عده‌ی اساتید کم‌خاصیت‌تر از یک ضبط صوت (حتی در علوم مهندسی و پایه) به شدت در حال افزایش است و انگار نه انگار که چنین اساتیدی، در بهترین حالت، امثالِ خودشان را تربیت می‌کنند و این آسیاب تا بی‌نهایت خواهد گشت ...

بنابراین ورود بسیج دانشجویی به حوزه‌ی مسائل صنفی، دست کم با سه هدف **پیگیری قاطعانه و در عین حال منطقی مطالبات صنفی** (به ویژه در مورد مسائل رفاهی)، **یادآوری و پیگیری مطالبات فراموش‌شده‌ی صنفی** به ویژه در حوزه‌های آموزشی و پژوهشی و (از رهگذر دو موردِ قبل) **نهادینه کردن روح مطالبه‌گری منطقی در تمام امور و در بین عموم دانشجویان** . (شاید پر بیراه نباشد یادآوری این مطلب که فتنه‌ی ۸۸، را عده‌ای به‌حق، مطالباتِ غیرقانونی نامگذاری کردند!)

این بار هم هفته‌نامه‌ی مستمرالانتشار(!) تک‌برگی بهترین وسیله برای همراه کردن بدنه‌ی دانشجویی با سرویس مطالبات دانشجویی بسیج دانشجویی است. درج اخبار هفته به هفته‌ی پیگیری‌های انجام شده توسط سرویس، چاپ مصاحبه با مسئولین مربوطه و به چالش کشیدن مدیران نالایق (که غالباً هم وجهه‌ی حزب الهی دارند و عملکرد ضعیف‌شان به پای من و شما، و از آن مهم‌تر نظام نوشته می‌شود)، انجام نظرسنجی از طریق نشریه، انعکاس کمبودها و مشکلات از طریق عکس و کاریکاتور و کارهایی از این دست به خوبی افکار عمومی را با این جریان همراه خواهد کرد و اذهان را برای شنیدنِ دیگر حرف‌های بسیج دانشجویی آماده خواهد کرد.



{نقد مستمر، نظارت مستمر و متعادل بر اوضاع کشور، بر مدیریتها، جزو کارهای بسیار لازم است؛ البته باید با عقلانیت و با مدارا همراه باشد، بدون افراط، بدون پرخاشگری؛ اما نگاه نقادانه. (بیانات در دیدار دانشجویان؛ ۹۱/۵/۱۶) }

## • خبررسانی

(در بخش پتانسیل‌های نشریه، توضیح داده شد)

## • معرفی و تبیین ابعاد حرفه‌ای و خصوصی زندگی شخصیت‌های کلیدی گفتمان اسلام ناب:

- امام، آقا، شهید بهشتی، آیت ... خوش‌وقت، آیت ... مصباح، علامه حسن‌زاده آملی، علامه جعفری، حاج آقا مجتبی تهرانی، علامه طباطبائی، شهید مطهری، سید حسن نصرالله، آوینی، حاج آقا قرائتی
- ملاصدرا، شیخ طوسی، شیخ مفید و ....
- مدرس، کاشانی، نواب صفوی، شیخ فضل الله ...
- چمران، همت، باکری‌ها، شهبازی، کاظمی، صیاد، متوسلیان، ....، آیت، دیالمه، رجایی، باهنر، تهرانی مقدم، احمدی روشن، رضایی نژاد، شهریار، ....
- جلال آل احمد، نادر ابراهیمی، رضا امیرخانی، محمد مهدی سیار، فاضل نظری، امید مهدی نژاد، علیرضا قزوه، میلاد عرفان‌پور، برقی، علی محمد مودب و .....
- حسن و حیدر رحیم‌پور ازغدی، ابراهیم فیاض، شهریار زرشناس، فواد ایزدی، کچوئیان، رهدار، پناهیان، سعید قاسمی، وحید جلیلی، وحید یامین‌پور، گلعلی بابایی، حسین بهزاد، سلیمی نمین، رسول جعفریان، احسان محمدحسینی، حاج حسین یکتا، محمدحسین بدری، محمدحسین جعفریان، .....
- میثم محمدحسینی، مازیار بیژنی، دهنمکی
- رئیسعلی دلواری، میرمهنا دغابی، میرزا کوچک خان جنگلی

این لیست بلند بالا، محصول چند دقیقه نوشتن بدون تأمل است؛ حالا فرض کنید کسی بنشیند و با تفکر و تحقیق، مشابه چنین لیستی را تهیه کند. خواهید دید که چندین و چند صفحه، مملو خواهد شد از شخصیت‌ها و بزرگانی که -سوگمنده- نام خیلی‌ههابشان برایمان آشنا نیست، چه رسد به اینکه با آرا و عقاید و زندگی‌شان آشنا باشیم یا از تجاربشان پندی آموخته باشیم.

روشن است که برای پیمودن مسیر پر پیچ و خم پیشرفت و استقرار تمدن اسلامی، محکوم به استفاده‌ی حداکثری از تلاش‌های انجام شده در این عرصه و پرهیز تام و تمام از تکرار اشتباهات رخ داده در تاریخ این نهضت هستیم و این مهم میسر نمی‌شود مگر با شناخت و (سپس) معرفی رهروان صدیق این مسیر.

## • روشنگری

احمد شاملو را چقدر و از کجا می‌شناسید؟ اخوان ثالث چطور؟ فروغ فرخزاد؟ نیما؟ جلال آل احمد؟ صادق هدایت؟ و.... تقریباً همه‌ی آنچه در مورد این شخصیت‌ها در ذهن‌مان نهاده شده - درست و غلط، راست و دروغ - محصول تاریخ‌نگاری جریان روشنفکری است؛ و طبیعتاً در این تاریخ‌نگاری، خیلی از حقایق پنهان مانده (یا بهتر بگوییم، پنهان ماندننده شده!) یا کمتر بیان شده، یا خیلی اتفاقات به دروغ نقل شده، اغراق شده، خیلی‌ها به ناحق تخریب و عده‌ای دیگر به ناحق تطهیر شده‌اند. خلاصه آن‌که تقریباً تمام تاریخ ادبیاتی که به گوش دانشجویهای طرف حسابتان رسیده، آغشته به تصرف و تلخیص و بلکه تحریفات جریان روشن‌فکریست. شکستن این هژمونی و فرو ریختن هیمنه‌ی پوشالی بسیاری از به اصطلاح قهرمان‌های به اصطلاح روشن‌فکر و معرفی قهرمانان بایکوت شده، قدم بلندی است در راستای پالودن اذهان عمومی دانشگاه. این البته به حوزه‌ی شعر و ادب ختم نمی‌شود و در تمام حوزه‌ها، حقایق بیان نشده یا کتمان شده‌ی بسیاری وجود دارد که باید آواربرداری شوند؛ شاید ملموس‌ترین مثالش مصدق و ماجرای ملی شدن صنعت نفت باشد:

منابع و اسنادی موجود است که نشان می‌دهد، مصدق، اگر مخالف ملی شدن صنعت نفت نبوده باشد، لااقل رهبر آن نیز نبوده، و این، از جمله‌ی حقایقی است که سال‌ها توسط جریان سیاه روشنفکری بایکوت و بلکه قلب شده است.

«درست در زمانی که کافتارادزه معاون کمیساریای ملی امور خارجه برای مذاکره [درباره‌ی] یک قرار داد نفتی وارد ایران شده بود، مصدق با یک طرح دولت [را] از هر گونه مذاکره قانونی در مورد نفت منع کرد. این طرح در یازدهم آذر ۱۳۲۳



به تصویب مجلس رسید. طرفداران شوروی که در مجلس از تصویب این طرح یکه خورده بودند درست در فردای آن روز طرح لغو قرارداد ۱۳۱۲ نفتی با انگلیس را به مجلس پیشنهاد کردند. ولی مصدق با آن مخالفت کرد و اعلام نمود قرارداد چون طرفینی است نمی‌شود یک طرفه آن را لغو کرد!

«اسنادی که موجود است تا آذرماه ۱۳۲۹ که تقریباً ملی شدن صنعت نفت به یک خواست عمومی تبدیل شده بود، هیچ نشانی از موافقت مصدق با ملی شدن صنعت نفت در دست نیست. صورت مجلس دوره چهاردهم نشان می‌دهد که مصدق با ملی شدن صنعت نفت مخالفت کرده است و آن را قرار دادی طرفینی می‌داند که یک طرفه نمی‌شود فسخ کرد. در مجلس پانزدهم نیز نامه‌ی مصدق از احمد آباد به مجلس نشان می‌دهد که مصدق از ملی شدن صنعت نفت سخنی به بیان نمی‌آورد، بلکه متأسفانه با قرارداد استعماری گس – گلشایان با مختصر اصلاحات که شیلینگ کاغذی به شیلینگ طلا تبدیل شود موافقت می‌کند. در مجلس شانزدهم نیز فقط نطقی از مصدق ضبط شده است که صحبت از ملی شدن صنعت نفت دارد که آنهم مربوط به بیانیه آیت الله کاشانی است»

«حتی در صورت مذاکرات کمیسیون نفت که مصدق رئیس آن بود نیز صحبتی از مصدق که دلالت بر پیشنهاد ملی شدن نفت توسط او را داشته باشد، ضبط نشده است. برای اولین بار در مهرماه حائری زاده پیشنهاد ملی شدن صنعت نفت را داده است. جالب این است که خود مصدق هم در خاطراتش پیشنهاد ملی شدن صنعت نفت را به فاطمی نسبت می‌دهد. هر چند این ادعا در جایی ضبط نشده در عین حال نشان می‌دهد که خود مصدق هم ادعایی ندارد. علت این بود که اصولاً مصدق و اکثریت اعضای تشکیل دهنده جبهه ملی هدفی ضد استعماری نداشتند، آنها در پی انتخاب آزاد بودند به همین جهت در آبان ۱۳۲۸ که تشکیل جبهه ملی را اعلام کردند هیچ اشاره‌ای به مبارزه بیرونی نداشتند و سخنی از استعمار به میان نیاوردند. تنها سندی که در دست است و نشان می‌دهد اعضای جبهه ملی و مصدق به دنبال ملی کردن صنعت نفت بودند سندی است که دلالت دارد جلسه‌ای در منزل حاج محمود نریمان با حضور آیت الله کاشانی، شایگان، مکی، صالح، آزاد، بقایی و مصدق تشکیل شد پیشنهادی مطرح شد و به امضای آقایان رسید که نفت ملی شود، ولی مصدق در آن جلسه از امضا خودداری کرد»

مثال بارز دیگر، صادق هدایت است؛ به این چند سطر دقت کنید:

«در سالهای اول، هدایت واقعاً در مشروب خوردن، جانب اعتدال را رعایت می‌کرد. هیچ وقت بیشتر از سه استکان شستی، ودکا نمی‌خورد. منتها این سه تا استکان ودکا را، با حوصله و در طی زمان طولانی، مصرف می‌کرد.

این نهال، بدان هنگام که من به تهران بازگشتم، بسی بالاتر رفته، و درختی تناور شده بود. کافه نشینی معمولی هدایت، مبدل به مجلس‌های میگساری شده بود. آن آدم محتاط پر حوصله، تبدیل به یک موجود بی احتیاط سهل انگار گردیده بود.

در میزان مصرف الکلیش تغییر فاحشی روی داده بود. او که هیچ وقت بیش از سه استکان ودکا نمی‌خورد، حال به فلسفه «بیا و کشتی ما در شط شراب انداز» روی آورده بود؛ و هیچ، انداز نکه نمی‌داشت. (راز شهرت صادق هدایت، به نقل از مجتبی مینوی)

و هزاران مثال دیگر که نشان می‌دهد بازخوانی تاریخ پیش و پس از انقلاب اسلامی، و تبیین و ترویج دقیق و صریح وقایع – که به ویژه منجر به در هم کوبیدن بت‌های جریان روشنفکری خواهد شد – امری ضروری و حیاتی است.

(در همین زمینه و برای درک بهتر ضرورت بازخوانی و بازنویسی تاریخ به شکل مردمی، نگاه کنید به نامه‌ی امام(ره) به حجه الاسلام سید حمید روحانی ۲۵/ ۱۰/ ۶۷ صحیفه امام(ره) جلد ۲۱)



## • چگونه باید گفت؟

### • انتخاب جامعه‌ی هدف (Target) و ضریب دهی

این که «برای چه کسی می‌نویسیم؟»، یا به عبارت دیگر، «دقیقا چه کسی مخاطب ماست؟»، یکی از مهمترین مسائل در تهیه‌ی یک نشریه است. مادامی که ندانیم «برای کی می‌نویسیم»، نوشتن مان، آب در هاون کوبیدن است. مثلا:

### 你讀了這篇課文嗎？

متوجه شدید؟ قطعا نه! این نتیجه‌ی بدیهی آن است که من یک دقیقه فراموش کردم که دارم برای فارسی زبان‌ها مطلب می‌نویسم! (جمله، به زبان چینی قدیمی! نوشته شده؛ البته گوگل ترنسلیت زحمت ترجمه‌ش را کشیده و الا من هم چینی قدیمی بلد نیستم، چینی جدید هم ایضا!) شما هم اگر ندانید، یا فراموش کنید که برای چه کسی می‌نویسید (اصطلاحا تارگت‌تان را گم کنید) مخاطب را با چنین شرایطی مواجه می‌کنید؛ و این یعنی حرف‌تان به گوش طرف حساب‌تان نمی‌رسد. پس پیش از شروع کار، در تحریریه یا شورای سیاست‌گذاری نشریه دقیقا مشخص کنید که مخاطب‌تان کدام گروه (ها) از اهالی دانشگاه است؛ در واقع باز هم مثل دفعات قبل، باید گروه‌های موجود در دانشگاه‌ها را به ترتیب اهمیتی که برای‌تان دارند، اولویت بندی کرده، مشخص کنید برای اثرگذاری روی هر کدام، چه میزان انرژی صرف خواهید کرد. در واقع، از یک طرف، توان شما در تاثیرگذاری محدود است و از طرف دیگر، هر گروه، پیش‌زمینه و فضای ذهنی خاصی دارد و باید با لحن و ادبیات ویژه‌ی خودش مخاطب قرار بگیرد. بنابراین به نظر می‌رسد که پوشش‌دادن تمام سلايق موجود در دانشگاه، و اثرگذاری بر همه، از توان یک نشریه‌ی دانشجویی خارج باشد، لذا **تعیین گروه‌های هدف اصلی، و ضریب دهی به آن‌ها** گام اول است. مشابه همین کار را هر نویسنده باید پیش از نگارش مطلبش، انجام دهد؛ نمی‌شود که شما با ادبیات حزب‌اللهی بنویسید و انتظار داشته باشید مخاطب عام حرف شما را بشنود و بنیوشد.

البته روشن است که رسیدن به شناخت دقیق از بدنه‌ی دانشگاه اصلا ساده نیست، اما استمرار در چاپ نشریه و **بازخوردگیری مداوم**، بهترین روش برای رسیدن به درک درست از فضای ذهنی حاکم بر گروه‌های مختلف اساتید، دانشجویان و کارمندان دانشگاه است؛ شناختی که در موارد مختلف – اعم از انتشار نشریه و غیر آن – بسیار سودمند خواهد بود.

### • شخصیت نشریه را دست کم نگیرید، ایضا شخصیت مخاطب را و ایضا تر رابطه‌ی متقابل این دو را!

## عالم، محضر مخاطب است!

واقعا نشریه و مخاطبان‌ش را **آدمیزاد** فرض کنید؛ **واقعا!** گاهی خواننده‌هایتان را **مستقیما** مخاطب قرار دهید، نظرخواهی کنید، عذرخواهی کنید، به جلسه‌ی پرسش‌وپاسخ با عوامل نشریه دعوت کنید، آخر هر سال شمسی، به ویژه‌نامه‌ای چندبرگی (به نام عیدانه یا هرچیزی که صلاح می‌دانید) مهمانش کنید تا اندکی از تعطیلات نوروزی‌اش را با نوشته‌های شما بگذراند؛ حتی اگر اصلا ویژه‌نامه را نخواند، احترامی که برایش قائل شدید را **به موقع** پاسخ خواهد داد، مطمئن باشید. بعدالتحریر نوشتن هم مدل خوبیست که بهترین مثالش، صفحات پایانی **راه یا هایل** است، که بعضی‌شان را در ضمیمه‌ی ۳ آورده‌ایم.

غیر از این خودتان هم برای نشریه ارزش و احترام قائل باشید، بارها دیده‌ام (و احتمالا دیده‌اید) توزیع جهادی نشریه را روی یک صندلی درب و داغان، با یک سنگ نخراشیده روی ورق‌های نشریه تا باد پخش‌شان نکند! این یعنی **حتی خودتان** برای کارتان ارزش قائل نیستید، از بقیه چه انتظاری دارید؟

### • Paraphrase حلقه‌ی گم‌شده‌ی رسانه‌ای‌های حزب‌اللهی. (تربیت نیرو + تولید مطلب + ترویج گفتمان؛ آنچه خوبان همه دارند!)

خیلی وقت‌ها اصلا نیاز نیست که نویسنده، محتوای کلی و تک‌تک المان‌های نوشته را خودش تولید کند؛ زیاد اتفاق می‌افتد که مطلبی را می‌بینید – در روزنامه، سایت یا کتابی – که لازم است در فضای دانشگاه مطرح شود؛ یک تحلیل خوب، یک نگاه جدید، اطلاعات مناسب و ... خیلی ساده، مطلب را بخوانید و **فهم** کنید، بعد همان محتوا را با همان المان‌ها (و شاید حتی با همان تیتر) ولی با کلمات، عبارات و ادبیات خودتان بازنویسی کنید. این می‌شود Paraphrase؛ روشی بسیار مناسب برای انتقال مفاهیم و در عین حال، پیشرفت در توان نویسندگی و افزایش قوت قلم نویسنده. بخصوص برای جوان‌ترها و تازه‌واردهای نشریه، این روش بسیار مفید است؛ از یک طرف، مطالب و مقالات مهم و نگرش‌ساز را به خوردش می‌دهید؛ از طرف دیگر، توان نگارش را ارتقا داده و در عین حال، مطالب نشریه را نیز فراهم کرده‌اید؛ یک تیر و سه نشان!





• رعایت اصول مسلم، بدیهی و پایه ای روزنامه نگاری

ضمیمه شماره ۱

• مسئله ی باز چی را کجا بگیریم؟ (هر سخن جایی و هر نکته مکانی دارد؛ واقعا)

خیلی حرف‌ها را نمی‌شود و نباید در هفته‌نامه بیان کرد؛ به خصوص هرچه قدر بحث، عمیق‌تر باشد، طبیعتا نیاز به توضیح و تفصیل بیشتری دارد و لذا مقاله، طولانی‌تر می‌شود؛ حال آن‌که پیش‌تر گفتیم که حوصله‌ی دانشجوی – به خصوص در مورد مسائل تئوریک و عمیق – خیلی کم است. از طرفی، در مورد یک موضوع واحد، ذائقه‌های متفاوتی وجود دارد؛ مثلا عده‌ای سینما و آثار نمایشی را در حد دیدن فیلم و نیم‌نگاهی به یک نقد خلاصه دنبال می‌کنند در حالی که عده‌ای دیگر، علاقه‌مندند که علاوه بر تماشای فیلم، نقدهای صاحب‌نظران مختلف را مطالعه کرده، اظهار نظر عوامل فیلم و مسئولین سینمایی و فرهنگی را بشنوند و خلاصه به طور جدی آثار را دنبال کنند؛ و البته عده‌ی بسیاری نیز در میانه‌ی این طیف (که دو سرش ذکر شد) قرار دارند. در دیگر موضوعات نیز داستان، همین است و طبقه‌بندی، به همین شکل. قطعا نمی‌توان همه‌ی افراد این طیف تقریبا وسیع را یک‌جا مخاطب قرار داد و راضی نگه داشت؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود از سه‌گانه‌ی زیر برای این منظور استفاده کنید: (با عنایت به همان مثال سینما)

۱. مطالب معمول هفته‌نامه در حوزه‌ی سینما را همه‌ی افراد فوق مطالعه می‌کنند، به‌ویژه سرِ اول طیف.

۲. ضمیمه از آن ابزارهای به‌شدت (!) مفیدی است که در نشریات حزب الهی بسیار مظلوم واقع شده. کافی است هر دو یا سه هفته یک‌بار، ضمیمه‌ای سینمایی (مثلا با عنوان هنر و رسانه یا سینما و رسانه یا ...) در کنار هفته‌نامه منتشر کنید. آن‌وقت خواهید دید که علاقه‌مندان جدی‌تر سینما را نیز به خوبی با خود همراه می‌کنید.

۳. گاهی نیز لازم است وارد مباحث جدی تئوریک شوید، آن‌وقت است که دیگر ضمیمه هم محل چندان مناسبی برای بیان حرف‌هایتان نیست. در واقع در طول یک یا دو ترم، شما اول، با مطالب هفته‌نامه و بعد با مطالب ضمائم، مخاطب را آماده‌ی پذیرش حرف‌های جدی‌تر و عمیق‌تر کرده‌اید. حالا و در انتهای یک‌سال، می‌توانید در قالب یک ویژه‌نامه (احتمالا با شمارگان محدود) اصل کلام‌تان را به مخاطب برسانید. غالبا ویژه‌نامه‌هایی به این شکل، با جلدِ گلاسه‌ی رنگی و با صفحه‌آرایی قوی و قابل توجه ارائه می‌شود تا تاثیر منفی حجم زیادِ نشریه را کاهش دهد.

• مصاحبه و ما ادراک مصاحبه! (قسم به مصاحبه و آن چه بیان می‌کند!)

برای مصاحبه گرفتن، بیش از هر کس، به افراد حاضر در دانشگاه – اعم از استاد و دانشجو و کارمند و خدماتی – فکر کنید؛ مصاحبه با دیگران، باشد برای اولویت‌های بعد؛ دلیل هم تقریبا واضح است، مخاطب وقتی حرف‌های افرادی را می‌شنود که برایش آشنا هستند، به‌تر هم‌زاد پنداری می‌کند و راحت‌تر می‌پذیرد؛ اصلا رغبت بیشتری نشان می‌دهد به مطالعه‌ی آن.

صفرم. مسئولین دانشگاه (و احتمالا وزارت علوم یا بهداشت):

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در دانشگاه (و بلکه در کل جامعه)، تبیین فاصله‌ی موجود بین عملکرد نظام و عملکرد مدیران و مسئولان نهادهای مختلف (از جمله دانشگاه) است. لازم است، واجب است و ضروری‌ست که با پیگیری منطقی و البته بدون وقفه و هراس مطالبات اهالی دانشگاه، این فاصله را به بهترین شکل بنمایید. ساده‌ترین و موثرترین راه در این زمینه، مصاحبه با مسئولین مربوطه (چه مسئولین دانشگاه، چه مسئولین وزارت علوم) است، که هم نقش تبیین دارد (یعنی مواردی که به اشتباه، در ذهن دانشجویان شکل گرفته را تصحیح می‌کند) و هم نقش اصلاحی (به این معنی که در مواردی تحت فشار قرار گرفتن یک مقام مسئول در طول مصاحبه و نیز بازخوردهای انتشار مصاحبه، موجب اصلاح یا تعدیل رویه‌ی غلط وی خواهد شد). و هم در نازل‌ترین حالت، حساب مسئول مربوطه را از نظام جدا می‌کند. البته چنین مصاحبه‌هایی، گاهی هم، موجبات تصحیح تصورات نادرست دانشجویان از وظایف (مسئولین) دانشگاه را فراهم می‌کند. به‌ویژه در مباحثی مثل مشکلات مربوط به انتخاب واحد، فارغ التحصیلی، خوابگاه، سلف سرویس، حراست و انتظامات و امثالهم مصاحبه، خیلی از ابهامات را برطرف کرده، موجب اصلاح خیلی از قواعد و قوانین نادرست و دست و پاگیر می‌شود.

یکم. دانشجویان: تقریبا همیشه چند نفری از سران جریان‌ات ضد انقلاب در دانشگاه، برای همه شناخته شده هستند و این البته بر میزان تاثیرگذاری‌شان افزوده است و صد البته شهرت‌شان، اتفاقی، خود به خودی و حتی نتیجه‌ی توانایی‌های این افراد نیست؛ بلکه ناشی از هوشمندی و عملکرد قوی جریان



رسانه‌ای حامی آن‌هاست. در مقابل اما، دانشجویهای برجسته‌ی جریانات حامی انقلاب اسلامی در دانشگاه، گمنام و بی‌سر و صدا بوده‌اند، یا اگر هم شناخته شده هستند، به واسطه‌ی تخریب‌های طرف مقابل و با چهره‌ای منفی به اهالی دانشگاه، شناسانده شده‌اند. (مثال حی و حاضرش، معرفی صادق شهبازی است به عنوان لیدر جریانات خرابکار تندرو به هم زنده‌ی امنیت ملی؛ به چه دلیل؟ چون در استقبال دانشجویان بسیجی از رئیس‌جمهور - در بازگشت از سفر نیویورک - حضور داشته و چند عکس خاص - با ترفندهای خاص عکاسی - آزش منتشر شده!) بنابراین، برجسته کردن و شناساندن خودی‌ها از ماموریت‌های مهمی است که تا کنون مغفول مانده‌است. بدیهی‌ترین ابزار برای انجام این ماموریت، مصاحبه است. (نکات زیادی در این باره وجود دارد که برخی از آن‌ها در ضمیمه شماره ۱ آمده است.)

البته مصاحبه با نمایندگان برجسته‌ی طیف‌های مخالف نیز می‌تواند بسیار بسیار مفید واقع شود، به شرط آن‌که هوشمندانه و زیرکانه انجام شود و مصاحبه شونده را به چالش کشیده **حرف‌های مگو** از دهانش بیرون کشیده شود؛ حرف‌هایی که آن‌ها به طور معمول، از گفتنش در فضاهای عمومی پرهیز دارند. (در همان ماه‌های ابتدایی بحران سوریه، یکی از نشریات اصلاح‌طلب، مصاحبه‌ی مفصلی داشت با جناب شیخ‌الاسلام، که در مسئله‌ی سوریه، بسیار مسلط و قوی هستند. تقریباً تمام مصاحبه خلاف تصویرسازی نادرستی بود که ماه‌ها، نشریات اصلاح‌طلب بر آن اصرار داشتند؛ فقط در تبیین عوامل شروع قائله‌ی سوریه، یک جایی جناب شیخ‌الاسلام گفته بودند که **اشتباه اول را اسد مرتکب شد** و همین یک جمله - که با خواندن کل متن، معنای دقیقش مشخص می‌شود - تبدیل شد به تیتَر یک آن روزنامه! و اینگونه از مصاحبه‌ای که کاملاً خلاف نظرشان بود، برداشتی در راستای تصویرسازی‌های چندماهه‌شان کردند. پس تیتَر مصاحبه را دریابید!)

مصاحبه با اقشار خاکستری هم در نوع خود می‌تواند بسیار مفید باشد؛ آن‌جا که بتوانید آن‌ها را در موضع‌گیری راجع به ماجرای یا حادثه‌ای همراه و هم‌فکر خود معرفی کنید.

دوم. اساتید

نیازی به توضیح نیست!

### سوم. کارمندان و خدماتی‌ها

مسئول بوفه، متصدی مرکز کپی (فرقی ندارد که دانشجو باشند یا نه)، خدمتگزار مسجد و دانشکده‌ها، نگهبان‌ها و ... گزینه‌های بسیار خوبی برای مصاحبه‌اند؛ مطمئن باشید حرف‌های شنیدنی بسیاری دارند که گفتنش فقط و فقط از آن‌ها بر می‌آید و لاجرم هم بر دل می‌نشیند. قطعاً دغدغه‌های متصدی بوفه - که هر روز با طیف بسیار گسترده‌ای از دانشجویها در ارتباط است - برای خیلی‌ها جذاب و خواندنی است؛ به علاوه باعث ارتباط به‌تر و صمیمی‌تر شما با فرد مصاحبه‌شونده خواهد شد و این ارتباط گرفتن‌ها، خواهید دید که بعداً چقدر به کارتان می‌آید.

ضمیمه‌ی این فصل (ضمیمه‌ی شماره ۳): باید خوب خواند، تا خوب نوشتن را یاد گرفت!

## • چطور توزیع کنیم؟

### توزیع در راس امور است!

برای یک آشپز، غم‌انگیزترین حادثه وقتی است که غذاهایش دست نخورده فاسد شوند، حتی اگر حقوقش را تمام و کمال بگیرد. برای یک نشریه هم دیده‌نشدن و خوانده‌نشدن و گوشه‌ی کمد (یا بلکه گوشه‌ی انبار) تلنبار شدن و خاک خوردن، بدترین اتفاق ممکن است؛ و این برای دست‌اندر کارانش، یعنی بر باد رفتن همه‌ی اهداف و همه‌ی تلاش‌هایشان. پس بر شما باد **توزیع مناسب!**

اولین قدم، یافتن نقاط استراتژیک (!) صحن دانشگاه است؛ جاهایی که در زمان‌های خاصی، پرتددترین نقاط دانشگاه هستند؛ ساده‌ترین مثال‌های مسجد و سلف سرویس است، هنگام نماز و وقت شام و نهار. البته محدود به این‌ها نشوید؛ کلاً دو مدل توزیع داریم: **توزیع توزیع محوری! و توزیع فضا ساز.**

در اولی، هدف، رساندن نشریه به دست مخاطب است، هرچه بیشتر، بهتر؛ در دومی اما، فضا سازی و ایجاد گعده‌های بحث و گفتگوست که اصالت دارد، نه توزیع نشریه. فراموش نکنید که **توزیع، تأثیریک‌ترین فعالیت مجموعه است و هر کس در این گزاره شک کند، از ما نیست!**

بسته به فضای دانشگاه، می‌توان روش‌های بسیاری برای دو مدل بالا طراحی کرد، مثلاً گاهی اوقات، اینکه کسی پشت میز نشریات بنشیند، خیلی‌ها را از برداشتن نشریه منصرف می‌کند، این مراکز توزیع باید بی‌صاحب (!) باشند،



یعنی همین که کسی کشیک نمی‌کشد و مراقب میز نشریه - و احتمالا صندوق کمک به نشریه - نیست، هم خودش فضا سازیست (که یعنی ما خیلی به دانشجویها اعتماد داریم و از این روش فکر بازی‌ها!) و هم خجالت‌زدگی عده‌ای را (برای گرفتن نشریه، از کسی که پشت میز است) برطرف می‌کند (راحت دست دراز کرده، نشریه را می‌قاپد!). پس اگر آن‌جا را برای توزیع با تعداد بالا در نظر گرفته‌اید، طرف را بفرستید پی کارش! و اگر فضا سازی مدنظرتان است، طرف را سه چهار پرس جوجه کباب مهمان کنید تا توان فریاد زدن تیت‌های نشریه، راه انداختن و پیش‌بردن بحث و خلاصه **فضا سازی مثبت** را داشته باشد (ولو اینکه یک برگ نشریه هم توزیع نکند!). فراموش نکنید که این بحث‌ها و گدها محل بسیار مناسبی برای بازخوردگیری است؛ قطعاً بحث‌ها به یک مطلب و یک شماره نشریه، محدود نخواهد شد و بنابراین در طول بحث می‌توان فهمید کدام مطالب بیشتر خوانده شده یا کدامیک، واکنش‌های بیشتری را برانگیخته؛ کدام ادبیات، کمتر و کدام بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود و ....

نوشتن تیت‌های مهم نشریه با فونت درشت و نصب کردن آن‌ها در محل‌های توزیع، نصب یک استند با لوگوی نشریه و امثال این‌ها می‌تواند در توزیع به‌تر (به هر دو معنی فوق) کمک کند. (به تعداد انسان‌های روی زمین، راه و روش برای توزیع نشریه وجود دارد!)

## • آرشیو، نقد و بررسی، مدیریت دانش

جلسه‌ی هفتگی تحریریه از اوجب واجبات است! حتما حتما حتما جلسه‌ی هفتگی داشته‌باشید برای نشریه‌تان. تقریباً تمام فرآیند طرح ایده‌ها، تصویب سرفصل‌ها و تقسیم مسئولیت‌ها در همین جلسه انجام می‌شود؛ از آن مهم‌تر بحث‌هایی است که حول موضوعات مختلف (اعم از محتوای نشریه گرفته تا واکنش‌های مخاطبان و برنامه‌ریزی برای آینده و ...) شکل می‌گیرد و به طور مستمر باعث انتقال اطلاعات و تجربیات، و نیز همگرایی تحلیلی‌ها شده، **واقعا** به تشکیل یک **تیم** می‌انجامد؛ تیمی که به سرعت می‌تواند برنامه‌ریزی‌هایی خارج از حوزه‌ی نشریه را نیز به عهده گرفته، عملاً به **هسته‌ی تئوریک** کل مجموعه تبدیل می‌شود. از این گذشته، **نقد و بررسی** شماره‌ی پیشین نشریه - که واجب عینی است! - به خوبی باعث ترمیم ایرادات نشریه می‌شود. حتماً یک نسخه از شماره‌ی قبل را در جلسه داشته باشید و **دقیقا** مشخص کنید که کدام المان‌ها به درستی و کدام، نادرست به کار برده شده. هر از چند گاهی هم تمام شماره‌های منتشر شده را یک‌جا بررسی کنید و سیر صعودی یا نزولی کیفیت را رصد کنید. آرشیو نشریه را هرگز از یاد نبرید؛ از هر شماره به تعداد کافی آرشیو کاغذی و (حتماً) آرشیو مجازی داشته باشید؛ نه فقط فایل پی دی اف، که فایل پابلیشر (یا این‌دیزاین یا هر نرم افزاری که برای طراحی استفاده می‌کنید) نشریه را هم آرشیو کنید؛ به وقتش، بدجوری(!) به دردتان می‌خورد.

## • چند دست و چند هندوانه؟ یا چه کنیم که اصل لانه کبوتری را به کار نبریم؟!

تکلیف‌تان را لااقل با خودتان در باره‌ی موارد زیر مشخص کنید؛

**یکم:** دقیقاً چه تعداد نیرو و با چه کیفیتی دارید؟

**دوم:** کدام را بیشتر می‌پسندید؟ **یک تریبون رسمی قوی** (با همه‌ی محدودیت‌هایش) یا **یک نشریه‌ی مستقل قوی** (با همه‌ی چالش‌هایش)؟

این که یک نشریه، به عنوان ارگان رسمی مجموعه معرفی شود، مزایا و معایب خاص خودش را دارد؛ از جمله اینکه تقریباً همه‌ی آن‌چه که در نشریه منعکس می‌شود، **عیناً** به عنوان موضع شما تلقی می‌شود و این، شما را در انتخاب مطلب، بسیار محتاط‌تر می‌کند. همچنین، با توجه به جایگاه مجموعه‌ی بسیج، نمی‌توان و نباید خیلی حرف‌ها را از تریبون مجموعه بیان کرد؛ نباید و نمی‌توان با بعضی از جریان‌ها موجود در دانشگاه، از جایگاه بسیج به تقابل پرداخت و ... از طرفی اولاً وجود چنین نشریه‌ای (به‌ویژه اگر از جایگاه خوب و مخاطبان پرشماری برخوردار باشد)، همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، بهترین ابزار برای **اعلام مواضع‌تان** است؛ ثانیاً، این نشریه‌ی وزین، اعتبار مجموعه‌ی بسیج را در بین اهالی دانشگاه ارتقا می‌دهد و ثالثاً، کسی نمی‌پرسد هزینه‌ی چاپ نشریه را از کجا آورده‌ای؟ لذا اجباری برای فروش ندارید.

نشریه‌ی مستقل اما، این محدودیت‌ها را ندارد؛ به جای آن محکوم به فروش نشریه هستید تا متهم به وابسته بودن به مراکز قدرت و ثروت نشوید! و این باعث می‌شود مخاطب‌تان به شدت پایین بیاید، یعنی



دقیقا هرچقدر توان جذب مخاطب داشته باشید، دیده و خوانده (و خریده) می‌شوید و نه حتی ذره ای بیشتر (دقت کنید که این‌جا باید اینقدر برای مخاطب جذاب باشید که بابت خرید نشریه‌تان، دست به جیب شده، پول بپردازد!). البته راه حل‌های دیگری هم برای این مسئله موجود است که به تناسب فضای دانشگاه، قابل اجرا هستند.

**سوم:** برای احاطه بر فضای رسانه‌ای دانشگاه، چه تعداد نشریه لازم دارید؟ نشریات توزیعی را می‌خواهید یا خیر؟ (در نشریات توزیعی، شما محتوا و مطلبی تولید نمی‌کنید، فقط مطالب پربار و پرمغز و به‌دردبخوری – که توسط اساتید یا پیشروان جبهه‌ی فرهنگی انقلاب اسلامی به بهترین شکل ممکن نوشته شده – را به سمع و نظر مخاطبان می‌رسانید.)

**اصل مسئله:** از نشریات (مجموعه‌ی نشریاتی که تحت نظر دارید) چه انتظاری دارید؟ دقیق‌تر آن‌که، ماموریت هر نشریه را چه می‌دانید.

پاسخ به سوالات فوق، شما را قادر می‌سازد که تصمیم بگیرید نیروهایتان را چطور سازمان‌دهی و مدیریت کنید و به تبع آن چطور فضای دانشگاه را به‌دست بگیرید. مثلا ممکن است، ۱۰ نفر نیروی مناسب برای نشریات داشته باشید، آن‌وقت با توجه به فضای دانشگاه و متناسب با پاسخ‌هایی که به سوالات فوق داده‌اید، ممکن است یک نشریه با تحریریه‌ی ۱۰ نفره و یا ۱۰ نشریه‌ی یک نفره یا هر جایگشت دیگری را انتخاب کنید.

## • قوه قضائیه‌ی دانشگاه

گیر نیفتادن در قلاب نهادهای نظارتی دانشگاه، مسئله‌ی خیلی خیلی مهمی است؛ به‌خصوص برای نشریات دانشجویی، که باید (و ان‌شاءالله قرار است) به همه چیز و همه کس در دانشگاه کار داشته باشد. بنابراین مهم است که اولاً قوانین را خوب بدانید و ثانياً با ساختارها آشنا باشید.

مجوز دارم، پس هستم:

گام اول، گرفتن مجوز نشریه است از «کمیته‌ی نظارت بر نشریات»، که غالبا چندان هم راحت نیست! روال معمول بسیاری از دانشگاه‌ها تا کنون این‌طور بوده که هر یک یا دو سال یکبار، شیر مجوز نشریات را باز کرده، در سایر مواقع، سه‌قفل‌اش می‌کنند. بنابراین از هر فرصت ممکن باید **حسن سوء استفاده** (!) را کرد. حتی اگر مطمئنید که فعلا نیاز به نشریه‌ی جدیدی ندارید، چند مجوز نشریه‌ی حقیقی و حقوقی درخواست بدهید؛ حداقل مزیت‌ش این است که هیچ‌وقت لنگ مجوز گرفتن برای انتشار نشریه و بیان حرف‌هایتان در سطح دانشگاه نخواهید بود. به علاوه موقع انتخابات مدیران مسئول (که به انتخاب یک نفر از بین مدیر مسئولان همه‌ی نشریات دانشجویی آن دانشگاه می‌انجامد و وی پس از انتخاب در جلسات کمیته‌ی نظارت بر نشریات شرکت کرده، دارای حق رای است) با یک هماهنگی ساده می‌توانید کرسی را تصاحب کنید؛ دقت کنید که هرگاه، شخصیتی حقیقی یا حقوقی، و حتی خود کمیته‌ی نظارت بر نشریات (به عنوان مدعی العموم) از نشریه‌ای شکایت کند، بررسی شکایت به کمیته واگذار شده و تصمیم‌گیری با رای اعضا انجام می‌گیرد.

ضمیمه‌ها:

1. آموزش خبرنگاری دانشجویی (مربوط به بخش چگونه بنویسیم/رعایت اصول مسلم ژورنالیسم) [ضمیمه‌ی کاغذی]

2. چگونه بنویسیم؟ (رضا امیرخانی) [ضمیمه‌ی الکترونیکی]

3. باید خوب خواند تا نوشتن یاد گرفت: (لیست کتاب‌ها، وبلاگ‌ها و سایت‌هایی که مطالعه‌ی آن‌ها نکات بسیاری را به مخاطب می‌آموزد، هم تکنیکی و هم محتوایی) [ضمیمه‌ی کاغذی]





# ضمیمہ شماره ۱

**مقالات علمی تخصصی و تحقیقی** باید مدارک و اطلاعات مستند را به خواننده منتقل سازد.

برای مثال اکستازی یک داروی روانگردان است و فرمول شیمیایی آن MDMA است. با استفاده دلم از MDMA موجب تخریب بخش هایی از مغز می شود.

**مقالات احساسی؛** نویسنده احساس خود را در قبال موضوع خاص با ابراز عقاید به خواننده منتقل می سازد.

مقاله های مطلوب عاتی می توانند حالت علمی و تخصصی داشته باشند و مقاله ساده خبری، تخیلی داستانی و وصفی -تحقیقی، آماری، علمی و آموزشی انواع آن هستند.

مقاله های ساده خبری بیشتر بر بعد خبری مقاله تأکید دارد این مقالات بیشترین کاربرد را دارند ولی به دلیل طولانی بودن در نشریات دانشجویی کاربرد کم تری دارد.

❖ سرمقاله مواضع نشریه را مشخص می سازد و انتخاب موضوع آن به عهده سردبیر یا مدیر مسئول است، اما موضوع باید متناسب با مسائل روز باشد. از جملاتی مانند «آغاز کلام»، «سخن روز»، «اول دفتر»، «یادداشت سردبیر» و غیره به جای سرمقاله استفاده کرد.

❖ یادداشت نوعی مقاله است که تفسیر و نقد نیز به حساب می آید اما ممکن است با طنز همراه باشد. تفسیر و نقد فیلم، شعر، داستان، کتاب نمونه ای از این دسته هستند.

❖ تفسیر و اظهار نظر، نویسنده در آن عقاید شخصی خود را می نویسد و استدلال های خود را با چرا و چگونه و چه خواهد شد و چه خواهد کرد می آورد ولی برای متقاعد کردن خواننده باید دلیل و مدرک بیاورد.

برای مثال این مورد که چرا کتابخانه دانشگاه ها به روی

## نگاهی بر نشریات دانشجویی

امروزه با گسترش و پیچیدگی ارتباطات، رسانه ها نقشی مهم و انکارناپذیر در جهت تأثیرگذاری سیاست ها و راهبردهای هر مجموعه به عهده دارند.

یکی از عرصه های مهم حضور و مشارکت دانشجویان، حوزه مطبوعات دانشجویی است که اهمیت آن به عنوان تربیون زنده جامعه دانشگاهی بر هیچ کس پوشیده نیست.

امروزه نشریات دانشجویی به عنوان گزینه و ابزار قدرتمند و یک گروه مرجع در جامعه دانشگاهی - با همه فراز و فرودهایش - از یک سو نیازمند بازاندیشی و تأکید بر نقش اجتماعی خویش است و از سوی دیگر نیازمند تشکیلاتی فراگیر که آستانه تحملش بالا و در مقابل، آستانه دگرسازی و ناخودی سازی اش پایین باشد و سعی کند افراد گوناگون با هویت های گوناگون را در ذیل خود ساماندهی کند. استفاده هوشمندانه از خلاقیت های ویژه در جذب مخاطب و نیز به کارگیری قالب های متنوع، حرفه ای، به روز و ... از موارد مهمی هستند که رعایت آن در هر رسانه به خصوص رسانه - های مکتوب در تأثیرگذاری آنها بسیار مهم است.

اینکه نشریات دانشجویی تا چه حد از قالب های حرفه ای، اصول روزنامه نگاری و محتوای متناسب و مخاطب پسند برای ارسال پیام های خود استفاده می کنند، بسیار مهم است و رعایت یا عدم رعایت این قالب ها و شاخص های حرفه ای اثری مهم در روند انتقال پیام به مخاطب دارند. چه بسا یک محتوا و پیام خوب که به خاطر انتقال نامناسب و غیرحرفه ای اثری معکوس گذاشته باشد و برعکس یک محتوای نامناسب که به جهت استفاده از اصول و قالب های حرفه - ای بسیار تأثیرگذار باشد.

## مقاله نویسی

مقاله؛ هنر نوشتن عقاید و افکار نویسنده است. در نشریات دانشجویی مقاله محلی آزاد برای ابراز احساس عقیده است.



یکی از عرصه های مهم حضور و مشارکت دانشجویان، حوزه مطبوعات دانشجویی است که اهمیت آن به عنوان تربیون زنده جامعه دانشگاهی بر هیچ کس پوشیده نیست.

زیادی از انتشار آن گذشته باشد.

### مقاله های تخیلی، داستانی و وصفی

در این نوع مقاله دانشجو می تواند با فضا سازی مناسب و تخیل مشکلات را بیان کند و حس همدردی خواننده را برانگیزد.

مانند کتاب موش و گربه عبید زاکانی که به شکل داستان از زبان حیوانات است.

### مقاله های تحقیقی، آماری، علمی و آموزشی

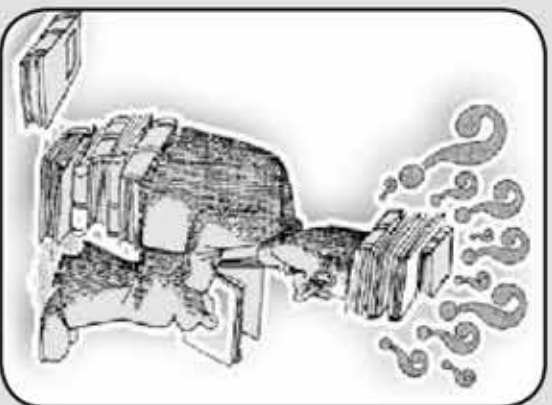
این نوع مقاله به شرح مقاله های علمی تخصصی می پردازد و به گونه ای است که برای فهم افرادی با اطلاعات متوسط نیز قابل فهم باشد.

### ساختار مقالات علمی و تحقیقاتی

بخش های خلاصه مقاله، مقدمه، هدف تحقیق، روش مطالعه و تحقیق، نتیجه گیری را دارا است.

#### مراحل تنظیم مقاله در نشریات دانشجویی

۱. انتخاب سوژه
۲. پرورش سوژه و تحقیق درباره آن از منابع مختلف
۳. جمع آوری اطلاعات و دسته بندی آن ها
۴. عنوان بندی و تفکیک قسمت ها
۵. تنظیم متن و پاراگراف های آن
۶. اولویت گذاری بین پاراگراف ها
۷. نتیجه گیری
۸. پاکبویس مقاله
۹. ویراستاری
۱۰. درج پاورقی ها
۱۱. منابع



مقاله؛ هنر نوشتن عقاید و افکار نویسنده است. در نشریات دانشجویی مقاله محلی آزاد برای ابراز احساس عقیده است.

پژوهشگر آن آزاد بسته است؟ اگر شخصی علاقه مند به تحقیقات است آیا باید خودش همه هزینه های حاصل را بپردازد؟ در حالی که کتابخانه های معتبر کتاب های مرجع را امانت نمی دهند. برای این کار چه راه حل هایی است؟ شاید برای این کار بتوان از ضوابط خارج شد ولی تا کی ادامه می تواند داشته باشد؟ شرط اول حیات فکری و حفظ و تقویت آن است اما این چه زمانی تحقق خواهد پذیرفت؟

✱ **تحلیل و تشریح**، نویسنده در آن ضمن آوردن سوابق و ربط دادن با رویدادهای مشابه به کابد شکافی می پردازد. امضای پروتکل الحاقی آژانس بین المللی هسته ای، اعتیاد، معضلات اجتماعی و فرهنگی از این دسته هستند.

### نقد مطبوعاتی

ارزیابی و قضاوت درباره یک رویداد خبری است که نکات منفی و مثبت آن بررسی می شود.

### نقد فیلم و نمایش

✱ **نقد برونگر** فیلم ونمایش؛ که فیلم به عنوان یک موضوع جامعه شناسی مورد نقد قرار می گیرد.

مانند: نقد فیلم نقد تا ثریا، آژانس شیشه ای و ...  
✱ **نقد درونگر** فیلم و نمایش؛ به ارزیابی و قضاوت جنبه های هنری و فنی و تکنیک های ساخت، فضای فیلم، سبک فیلم و... می پردازد. فیلم های هالیوودی از لحاظ بدکاری و تکنیک از توان بالایی برخوردار هستند.

### نقد کتاب و مقالات

در این نقد نیز ضمن نشان دادن نکات مثبت و منفی و نباید مدت



## \* استننا و شگفتی ها

این نوع خبرها از نظر کم سابقه بودن، غیرعادی بودن و عجیب و استثنایی بودن دارای ارزش خبری هستند.

مثال: قد بلندترین فرد جهان، تولید سلول بنیادین جنین توسط جهاد دانشگاهی

## \* بزرگی، فراوانی و تعداد

این ارزش خبری شامل اعداد و ارقام می شود و هرچه حجم و آمار بیشتر باشد ارزش خبری بیشتر است.

مثال: شمار تلفات سیل بیهتان به ۱۱ نفر رسید.

## \* مجاورت

برای مخاطبان اطلاع از خبرهای مربوط به محله، شهر، کشور و کشورهای همجوار در اولویت قرار دارد. مجاورت ممکن است به صورت جغرافیایی، معنوی، فرهنگی و... باشد.

مثال: زمین لرزه ای معمولی در یکی از نواحی ایران برای رسانه ها مهم تر از زمین لرزه ای شدیدتر ولی در سایر نقاط جهان است.

## \* زمان و تازگی

هرچه زمان وقوع رویداد تا انعکاس خبر کمتر باشد ارزش خبری بیشتر است. در دنیای امروزه رسانه هایی موفق ترند که حاوی اخبار تازه تر و به موقع باشند.

مثال: ساعتی پیش یک دانشجوی پسر دانشگاه قم فوت کرد.

## عناصر یا ارکان خبر

همانگونه که ارزش های خبری به اخبار شکل می دهند عناصر خبری اخبار را به نمایش می گذارند.

## تعریف خبر

خبر بیان بی طرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد است.

## ارزش های خبری

ارزش های خبری در دل یک رویداد قرار دارند که خبرنگار با شم و درک خود آن ها را کشف می کند. ارزش های خبری اساس خبر را تشکیل می دهد و در جذابیت هر چه بیشتر خبر نقش ایفا می کند.

## \* شهرت

اشخاص و اشیا و نهادهایی که از شهرت و اعتبار بیشتری برخوردار هستند، ارزش خبری بالاتری دارند.

مثال: کامران دانشجو، وزیر علوم تحقیقات و فناوی، فردا به دانشگاه قم سفر می کند.

## \* دربرگیری

یک رویداد هرچه بر افراد و گروه های بیشتر در جامعه اثر بگذارد دارای ارزش خبری بیشتری است و اصلا مهم نیست این تاثیر مثبت است یا منفی، مستقیم است یا غیر مستقیم.

مثال: سری اول یارانه های دانشجویی به حساب دانشجویان واریز شد.

## \* برخورد، اختلاف و درگیری

این رویدادها شامل برخوردهایی هستند که به شکل های مختلف جلوه گر می شود و بین افراد، گروه ها و کشورهای مختلف صورت می گیرد. اخبار مربوط به برخوردهای انسانی، فجایع طبیعی، سرقت ها و ... از این جمله می باشند.

مثال: دو نفر به علت سقوط بهمین در بلده نور مفقود شدند.

خبر بیان بی طرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد است.



ارزش های خبری:

\* شهرت

\* دربرگیری

\* برخورد، اختلاف و درگیری

\* استننا و شگفتی ها

\* بزرگی، فراوانی و تعداد

\* مجاورت

\* زمان و تازگی



## سبک های خبر نویسی

- \* سبک هرم وارونه
- \* سبک تاریخی
- \* سبک تاریخی همراه با لید
- \* سبک پایان شگفت انگیز
- \* سبک باز گشت به عقب
- \* سبک تشریحی

## \* سبک هرم وارونه

در بین سبک های خبر نویسی سبک هرم وارونه رایج ترین سبک است و کلید نگارش آن بدین ترتیب است که چکیده جالب ترین و مهم ترین قسمت رویداد در ابتدا آورده می شود و به ترتیب به طرف پایین از اهمیت خبر کاسته می شود. از سبک هرم وارونه در سمینارها، سخنرانی ها، مصاحبه های خبری استفاده می شود.

## \* سبک تاریخی

در سبک تاریخی رویداد به همان صورتی که اتفاق می افتد تنظیم می شود و شیوه نگارش آن به ترتیب زمان وقوع ماجر است. سبک تاریخی لید ندارد و بر عکس هرم وارونه است و تنظیم خبر به طور طبیعی در قسمت شروع از اهمیت کمتری برخوردار است. به دلیل کسل کننده بودن، این سبک منحصر به گزارش های علمی، فرهنگی، سیاسی و تحقیقی می باشد.

## \* سبک تاریخی همراه با لید

این سبک ترکیبی از سبک هرم وارونه و تاریخی است. در این سبک ابتدا چکیده مهمترین مطلب در لید آورده می شود و سپس ماجرا به صورتی که اتفاق افتاده شرح داده می شود. از این سبک در اخبار حوادث و رویدادهای شهری استفاده می شود.

هر خبر هر چند کوتاه باید عناصر زیر را در خود داشته باشد.

\* **چه کسی (که)؟** اشخاص و اشایی که در رویداد شرکت یا مداخله

دارند یا به نحوی با آن ارتباط دارند.

مثال: رئیس جمهور در جمع دانشجویان دانشگاه اصفهان به

سخنرانی پرداخت.

\* **کجا؟** مکان وقوع رویداد

مثال: سمینار بررسی تحولات هسته ای ایران در دانشکده حقوق دانشگاه تهران برگزار شد.

\* **چه چیزی (چه)؟** آنچه که رویداد را تشکیل می دهد و موضوع، نوع واقعه و ماهیت آن را مشخص می کند.

مثال: سمینار بررسی تحولات هسته ای ایران در دانشکده حقوق دانشگاه تهران برگزار شد.

\* **چرا؟** علت وقوع رویداد

مثال: هواپیمای سی-۱۳۰ بسبب آتش گرفتن یکی از موتور ها سقوط کرد.

\* **چه وقت؟** زمان رویداد

مثال: مراسم ازدواج دانشجویی امسال از یک تا هفت بهمن برگزار می شود.

\* **چطور (چگونه)؟** نحوه وقوع رویداد

مثال: دانشجویان در حالی که شعار می دادند خواستار استعفای رئیس دانشکده شدند.

بین ارزش های خبری و عناصر خبر ارتباط مستقیم وجود دارد.

که؟..... شهرت

چه؟..... دربرگیری، استننا و شگفتی ها

کجا؟..... مجاورت

کی؟..... تازگی

ارکان خبر:

- \* چه کسی؟
- \* کجا؟
- \* چه چیزی؟
- \* چرا؟
- \* چه وقت؟
- \* چگونه؟

سبک های خبر نویسی:

- \* سبک هرم وارونه
- \* سبک تاریخی
- \* سبک تاریخی همراه با لید
- \* سبک پایان شگفت انگیز
- \* سبک باز گشت به عقب
- \* سبک تشریحی

五

پید جذاب ترین بخش خبر است که شامل یک یا دو جمله است و وظیفه هدایت کردن و کشاندن مخاطب به خواندن متن خبر را بر عهده دارد. در لید به عناصر خبری پاسخ داده می شود.

## انواع لید

❖ **لیدر که:** نام فرد یا نهاد عامل در آن می آید.

مثال: گروه خبری- داستان کل کشور خواستار رسیدگی قاطع با پرونده دانشجویان هواپیما شد.

❖ لید چہ: موضوع رویداد در آن مطرح می شود.

مثال: تهران-ایسنا: گروهی از دانشجویان دانشگاه تربیت معلّم در اعتراض به وضعیّت رفاهی دانشکاه مقابل در ورودی تجمع کردند.

❖ لید کجا: مکان رویداد در آن مطرح می شود.

مثال: گروه خبری- دانشگاه تهران سال آینده میزبان همایش دانشجویان جهان اسلام می باشد.

\* لیدجه وقت: حاوی زمان رویداد است.

مثال: گروه خبری- به سبب داشتن حجاب اسلامی دانشگاه فرانسه از ادامه تحصیل زنان جلوگیری کرد.

\* لید چو: رویداد را تفسیر می کند.

مثال: گروه خبری- فردا همایش «عرفان و دانشجو» در دانشگاه شیراز برگزار می شود.

☆ لیدہ جگوندہ: "توصیف نحوہ اتفاق خبر

مثال: تهران-اسننا: در حالیکه سالن مملو از دانشجویانی بود

✽ سبک پایان شگفت انگیز

در این سبک اصل یا قفل ماجرا در پایان خبر باز می شود و خواننده را را شگفت زده می کند. این سبک برای خبرهای کم فیلتر و شگفت انگیز استفاده می شود.

مثال: پلیس تصمیم گرفت راننده جوانی را که باعث یک تصادف عجیب شده بود، مجازات نکند.

«جورج» پسر «آرتور اسمیت» شهردار بیرمنگام، پست فرمان اتومبیل پخش که بر بالای تپه ای پارک شده بود، نشسته بود. او بی آنکه قصد قبلی داشته باشد دنده اتومبیل خاموش را خلاص کرد و قبل از آنکه فرصت هیچ واکنشی پدید آید، اتومبیل از تپه سرازیر شد و با ماشین دیگری که در پایین تپه پارک شده بود به شدت برخورد کرد.

خوشبختانه در این حادثه عجیب، هیچ کس آسیب جدی ندید و فقط آقای «اسمیت» که در صندلی عقب انومبیل مشغول خوردن ساندویچ بود، جراحت مختصری دید. پلیس فقط به یک دلیل با این راننده جوان برخورد نکرد؛ او ۱۸ ماهه بود.

سبک بازگشت به عقب

این سبک در نقطه مقابل سبک تاریخی است. در این سبک متن خبر با آخرین قسمت و اقله آغاز و سپس سوابق امر برای روشن شدن موضوع بیان می شود. این سبک برای خبرهای کوتاه به کار می رود و بارگراف اول می تواند نقش لید داشته باشد.

\* سبک تشریحی

در این سبک رویداد قسمت به قسمت گزارش می شود و برای هر قسمت توضیح لازم داده می شود. از این سبک برای خبرهایی که در آن اختلاف نظر است یا خبرهای بلند استفاده می شود.



لید جذاب ترین بخش خبر است که شامل یک یا دو جمله است و وظیفه هدایت کردن و کشاندن مخاطب به خواندن متن خبر را بر عهده دارد. در لید به عناصر خبری پاسخ داده می شود.



مثال: آیت‌الله لاریجانی: نباید با سیاسی‌کاری در برابر دولت مانع آفرینی کرد.

\* **لید دارای سابقه:** خبرمربوط به این لید دارای سابقه است.

مثال: سه سال پیش بود که سه گوزن سفید در پارک جنگلی گلستان رها شدند و حالا مسئولان این پارک خبر از خطر سرما علیه ۷۰ گوزن سفید می‌دهند.

\* **لید تاریخی:** این نوع لید با زمان شروع می‌شود.

مثال: گروه خبری-دوسال پیش بر اثر یک درگیری، محمد-م دانشجوی رشته مهندسی مکانیک ربوده و ....

\* **لید تمثیلی:** این نوع لید با ضرب المثل شروع می‌شود.

مثال: گروه خبری-«حسنی به مکتب نمی رفت، وقتی می رفت جمعه می رفت»، یکی از استادان برای جبران عقب ماندگی درس دانشجویان که ناشی از عدم حضور استاد بود از دانشجویان خواست جمعه‌ها در کلاس حاضر شوند.

\* **لید متعارض:** نوعی تناقض و اختلاف نظر را در مورد رویداد برجسته کرده و به نوعی نقد می‌کند.

مثال: رئیس دانشگاه از یک سو دم از پاسخگو بودن می‌زند و از سوی دیگر هیچ وقت ملاقاتی با دانشجویان نمی‌گذارد.

\* **لید غیر عادی:**

مثال: در جریان بازی روز گذشته تیم ملی دو دختر با تغییر ظاهر خود به شکل پسر قصد ورود به ورزشگاه ازادی را داشتند.

**تیترا یا «سر عنوان»**

در تنظیم تیترا تلاش می‌شود تا خبر به خلاصه‌ترین شکل ممکن

که با شور شعارهایی در حمایت از رئیس‌جمهور می‌دادند و با سخنرانی او سال تحصیلی جدید آغاز شد.

\* **لید استنباطی:** این نوع لید از استنباط خبرنگار از رویداد تنظیم می‌شود.

مثال: تهران-خبرگزاری فارس: رشته ساخت و تولید با توجه به اهمیتی که دارد زبان مشترک بین دانشگاه و صنعت است.

\* **لید تک موضوعی:** به سه صورت ارائه می‌شود: مستقیم، عمقی و تشریحی.

۱. مستقیم: مثال: ملکه انگلیس از کابینه لندن انتقاد کرد.

۲. عمقی: مثال: کنگره آمریکا امروز لایحه مقابله با خشونت را که به موجب آن گارد ملی آمریکا در خیابان‌های این کشور مستقر و دستگیری مجرمان تسریع می‌شود - با حداقل آرای لازم- تصویب کرد. طبقه این لایحه ....

۳. تشریحی: مثال: مارکوس، فرمانده چریک‌های زاپاتیستای مکزیک در حالی که چهره خود را با نقاب پوشانده بود و فقط چشمان سیاه رنگش پیدا بود، با مشت‌های گره کرده و صدایی که از شدت خشم می‌لرزید، اعلام کرد که ما با پیمان «نفقتا» مخالفت خواهیم کرد. او در حالی که مشت گرم‌ده‌اش را بالا نگاه داشته بود، اظهار داشت: نبرد ما ادامه خواهد یافت.

\* **لید پرسشی:** در این لید خبرنگار پرسشگر نیست و فقط سوال مطرح شده توسط رویداد را مطرح می‌کند.

مثال: گروه خبری- سوال دانشجویان پزشکی این است که آیا تغییر در آموزش پزشکی عمومی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور ضروری است.

\* **لید نقل قول:** با آوردن عبارتی از شخص خبرساز آغاز می‌شود.

شود.  
**تیتیر اصلی:** سالانه ۱۰۰ هزار دانش آموخته به جمع بیکاران می پیوندند.

**زیر تیتیر:** بعد از تیتیر اصلی با حروفی کوچکتر نوشته می شود و توضیحات بیشتری درباره خبر می دهد.

مثال:

رویتیر: آتش سوزی در دانشکده علوم دانشگاه تهران  
 تیتیر اصلی: رقص شعله ها در کتابخانه دانشگاه  
 زیر تیتیر: آتش سوزی غیر عمدی بود و اتصال سیم برق عامل وقوع آتش سوزی اعلام شد.

سویتیر: در مواقعی که خبر طولانی است بخشی از خبر را به صورت یک یا دو جمله از متن استخراج می کنند و با حروفی متفاوت از متن می نویسند. این جمله ها در زیر تیتیر اصلی و یا در نقاط مختلف متن قرار می گیرند و به زیبایی صفحه کمک می کنند.

میان تیتیر: در وسط خبرهای طولانی برای تفکیک مطالب عباراتی با حروف بزرگتر از اندازه حروف متن قرار می گیرد.

### منبع خبر

منبع خبر ریشه خبر را تشکیل می دهد و در واقع به فاعل حقیقی با حقوقی گفته می شود که اصل خبر از او نشئت می گیرد. منبع خبر باید در قسمت لید همراه با مکان و نام منبع مخابره کننده خبر و زمان آن آورده شود.

مثال:

تهران-خبرگزاری جمهوری اسلامی: روز گذشته رهبر معظم انقلاب ضمن تقدیر وتشکر از حضور میلیونی مردم در انتخابات بر آلوده نشدن فضای زندگی مردم از غوغاهای تحمیلی تاکید کردند.

اعلام گردد. اما اصلاً قرار نیست که بیان فشرده وضوح آن را از میان ببرد. به غیر از بیان خبر به شکلی کوتاه برای تیتیر نقش های دیگری قائل شده اند:

\* ترغیب به خواندن خبر

\* تعیین وزن و اهمیت خبر با توجه به درستی و ریزی قلم تیتیر، بالا یا پایین قرار دادن آن در صفحه که به تعیین اولویت خبر کمک می کند.

\* تفکیک مطالب از یکدیگر

### ویژگی های یک تیتیر

- \* روشن و دقیق و بدون ابهام؛
- \* کوتاه، حداکثر ۵ تا ۷ کلمه؛
- \* عدم شروع با حروف اضافه؛
- \* اجتناب از تکرار و شکستن واژه ها؛
- \* استفاده از «،» تنها برای مخفف ها؛
- \* نقل قول بهتر است غیر مستقیم باشد؛
- \* استفاده از فعل در انتهای جمله؛

### اجزای تیتیر

- \* رو تیتیر؛
- \* تیتیر اصلی؛
- \* زیر تیتیر؛
- \* سو تیتیر؛
- \* میان تیتیر؛
- \* **رو تیتیر:** تیتیری که در بالای تیتیر اصلی با حروف کوچکتر نوشته می شود و بیشتر مقدمه و تکمیل کننده تیتیر اصلی است.
- \* مثال: رو تیتیر: معاون پژوهشی دانشگاه شیراز

**تیتیر اصلی:** مهمترین مطلب خبری که به طور خلاصه بیان می

### اجزای تیتیر:

- \* رو تیتیر
- \* تیتیر اصلی
- \* زیر تیتیر
- \* سو تیتیر
- \* میان تیتیر

منبع خبر ریشه خبر را تشکیل می دهد و در واقع به فاعل حقیقی با حقوقی گفته می شود که اصل خبر از او نشئت می گیرد.





در روزنامه نگاری مصاحبه به ملاقاتی گفته می شود که در آن نظر یک شخص حقیقی با حقوقی درباره چیزی بیان می شود و هدف آن کسب اطلاعات تفصیلی درباره یک یا چند موضوع است که ممکن است، به صورت گفت و گو، یک مطلب خبری، گزارش یا مقاله انعکاس یابد.

موضوع اطلاعات کافی داشته و بر موضوع مصاحبه مسلط باشد.

این اطلاعات را می توان با تحقیق و جست و جو از منابع مختلف مرتبط، همچنین سوابق سوژه و سوژه های مشابه و مرتبط به دست آورد.

### ۳) انتخاب مصاحبه شونده

انواع مصاحبه شوندگان

۱- افراد عادی

۲- افراد مهم: مانند مقامات ارشد دولتی، سیاسی و هنرمندان

۳- افراد متخصص: مانند روابط عمومی ها، شاهدان عینی و کارشناسان

باید برای هر سوژه فردی را انتخاب نمود که بیشترین ارتباط را با سوژه مصاحبه دارد.

همچنین لازم است خبرنگار کنترل مصاحبه را دست گیرد تا از دادن پاسخ های کوتاه، گذرا و بی ربط مصاحبه شونده که باعث به بن بست کشانده شدن مصاحبه می شود جلوگیری کند.

### ۴) تحقیق درباره مصاحبه شونده

قبل از انجام مصاحبه باید در مورد پیشینه مصاحبه شونده اطلاعات لازم کسب شود.

به عنوان مثال هنگام مصاحبه با یک استاد تربیت بدنی بهتر است شرایط مصاحبه کننده متناسب با محیط ورزشی باشد و در صورت لزوم با لباس ورزشی برای مصاحبه حاضر شود تا مصاحبه خوددمانی تر شود.

### ۵) طرح سوالات مصاحبه

بهترین روش طرح سوال مصاحبه این است که مصاحبه گر ابتدا سوالات را از قبل آماده نماید و هنگام مصاحبه نیز در بین صحبت های مصاحبه شونده هر جا که به نکات تازه ای دست یافت که می

## مصاحبه

در روزنامه نگاری مصاحبه به ملاقاتی گفته می شود که در آن نظر یک شخص حقیقی یا حقوقی درباره چیزی بیان می شود و هدف آن کسب اطلاعات تفصیلی درباره یک یا چند موضوع است که ممکن است، به صورت گفت و گو، یک مطلب خبری، گزارش یا مقاله انعکاس یابد.

مصاحبه در نشریات دانشجویی به چند منظور انجام می شود:

۱) دریافت اطلاعات بیشتر در مورد یک رویداد

۲) آگاهی از واکنش افراد عادی و سرشناس در یک رویداد

۳) انعکاس عقاید، نظرات، افکار و اطلاعات ویژه شخصیت های خبر ساز، مقامات مسوول و دیگر افراد جامعه دانشگاهی

۴) معرفی اشخاص سرشناس یا مهم برای جامعه دانشگاهی در نشریات دانشجویی مصاحبه بهترین راه برای انتقال انتقادات دانشجویان به مسئولان می باشد

## مراحل انجام مصاحبه:

### ۱) انتخاب سوژه مصاحبه

در نشریات دانشجویی سوژه مصاحبه باید جذاب بوده و از تازگی برخوردار باشد که مورد علاقه جامعه دانشگاهی قرار بگیرد. در بسیاری از نشریات دانشجویی بعضی سوژه ها، ستون ثابتی دارند. به عنوان مثال «شبهه های موفقیت در تحصیل» که از فواید این نوع پرداختن به سوژه، این است که ابعاد مختلف موضوع با استفاده از دیدگاه های مختلف موسکافی شده و اطلاعات بهتری از موضوع به خوانندگان ارائه می شود.

### ۲) پرورش و تحقیق درباره سوژه

مصاحبه ای می تواند کامل و موفق باشد که مصاحبه کننده از آن

کننده است که باعث می شود مصاحبه شونده اطلاعات درست و دقیق تر بدهد و همچنین پرسیدن سوالات جزئی باعث می شود مصاحبه از حالت دوستانه خارج شود و مصاحبه شونده احساس خطر کند و کم تر حرف بزند که در این صورت مصاحبه کننده باید او را برای پاسخ گویی تحریک کند.

مصاحبه کننده می تواند در صورت مفید بودن گفته های مصاحبه شونده با اعمال خود مانند تکان دادن سر و چهره ای خوش باعث تشویق او به دادن اطلاعات بیشتر شود.

### ایجاد پرازیت در مصاحبه

پرازیت به مجموعه عواملی گفته می شود که در برقراری ارتباط و انجام مصاحبه اختلال و اشکال ایجاد می کند و ممکن است از طرف مصاحبه شونده یا مصاحبه کننده ایجاد شود.

### ۸) سبک های تنظیم مصاحبه

❖ به شکل خبر: در این نوع مصاحبه پس از لید مهمترین محور انجام مصاحبه در قالب جواب های کوتاه و مختصر آورده می شود و به جای آوردن سوال به عبارت «وی در پاسخ سوالی در مورد... گفت» اکتفا می شود.

❖ به صورت گزارش: این سبک در نشریات دانشجویی برای مصاحبه با اشخاص مشهور و با گزارشی از نارسایی ها، رویداد های دانشگاهی، اعتصابات و ... که در آن از شاهدان رویداد مصاحبه می شود کاربرد دارد

❖ به صورت سوال و جواب: در این سبک سوالات به ترتیب پرسیده می شود که باید باهم در ارتباط باشند تا موجب کامل شدن مفهوم مصاحبه شوند.

تواند با توجه به آن اطلاعات جدید و بیشتری به دست آورد، پرسش های جدیدی را مطرح نماید.

### ۶) انتخاب مصاحبه گر

مصاحبه گر باید بتواند به خوبی با همه افراد و دانشجویان ارتباط برقرار نموده از قدرت تکلم خوبی نیز برخوردار باشد.

مصاحبه کننده حرفه ای همیشه یک سوال غافلگیر کننده را باید در ذهن داشته باشد، تا در وقت ضروری از آن استفاده کند.

### ویژگی هایی لازم برای یک مصاحبه گر:

- ۱- داشتن ذوق و استعداد نویسندگی
- ۲- کنجکاوی، تیزبینی و نکته سنجی
- ۳- داشتن صبر و حوصله
- ۴- توانایی ایجاد ارتباط با اقشار مختلف
- ۵- داشتن عشق و علاقه به کار خبرنگاری
- ۶- وقت شناسی و حاضر شدن زودتر از وقت مقرر و ...

### ۷) انجام مصاحبه

مصاحبه کننده باید قلم، کاغذ، ضبط صوت، نوار کاست، بطری و لوازم ضروری برای مصاحبه را در اختیار داشته باشد

در شروع مصاحبه، باید با توضیحات بیشتر در خصوص هدف مصاحبه و پرسش سوالات کلی زمینه صمیمی تری را برای صحبت کردن فراهم کرد

یکی از شگردهای به وجود آوردن فضای صمیمی در مصاحبه استفاده از سوالات فانتزی می باشد که می توان این سوالات را به دو دسته تقسیم کرد: دسته اول سوالات کلی و عمومی مانند رنگ مورد علاقه و دسته دوم سوالاتی که با توجه به موقعیت و شخصیت مصاحبه شونده تغییر می کند.

از فواید پرسش سوالات جزئی، کنترل مصاحبه به دست مصاحبه



یکی از شگردهای به وجود آوردن فضای صمیمی در مصاحبه استفاده از سوالات فانتزی می باشد که می توان این سوالات را به دو دسته تقسیم کرد: دسته اول سوالات کلی و عمومی مانند رنگ مورد علاقه و دسته دوم سوالاتی که با توجه به موقعیت و شخصیت مصاحبه شونده تغییر می کند.





در مصاحبه باید علاوه بر مصاحبه  
گر یک عکاس خوش ذوق و  
حداقل نیمه حرفه ای نیز خبرنگار  
را همراهی کند تا بتواند با شکار  
لحظه ها به جذابیت بصری  
مصاحبه بيفزايد.

حرفه ای و یک فرد صاحب اندیشه و متخصص

- مصاحبه تک موضوعی: فقط در مورد یک موضوع انجام می شود مثل مصاحبه ای که نشریه دانشجویی از معاون آموزشی دانشگاه فقط در مورد موضوع وضعیت آموزشی دانشگاه انجام می دهد.

- مصاحبه چند موضوعی: در این نوع مصاحبه به چند موضوع در یک مصاحبه پرداخته می شود.

- مصاحبه می تواند از نظر نقش مصاحبه کننده یک مصاحبه هدایت شده یا یک مصاحبه آزاد باشد و همچنین از نظر معنای تواند بدون مطالعه قبلی یا با مطالعه قبلی باشد.

- و در آخر مصاحبه می تواند از طریق وسایل ارتباط جمعی نوشتاری مثل روزنامه و مجله و رسانه های ارتباط جمعی شنیداری و دیداری مثل رادیو و تلویزیون و یا از طریق رسانه های ارتباط جمعی الکترونیکی مثل سایت های خبری منتشر شود و انعکاس یابد.

## نکاتی در مورد عکاسی مصاحبه

در مصاحبه باید علاوه بر مصاحبه گر یک عکاس خوش ذوق و حداقل نیمه حرفه ای نیز خبرنگار را همراهی کند تا بتواند با شکار لحظه ها به جذابیت بصری مصاحبه بيفزايد.

عکاس باید به گونه ای تصویربرداری کند که عکس بتواند با خواننده ارتباط برقرار کند و مفهوم خاصی را به او القا نماید.

عکس در لحظاتی که در جریان مصاحبه، مصاحبه شونده دچار هیجان، شادی و یا عصیانیت می شود و یا در حالت تفکر و تعجب است می تواند در جذابیت مصاحبه بسیار موثر باشد.

## تنظیم مقدمه مصاحبه

هدف از آوردن مقدمه، معرفی مصاحبه شونده، هدف مصاحبه، ضرورت، سوابق قبلی و فراهم کردن زمینه برای آشنا شدن خواننده با موضوع مصاحبه و شخص مصاحبه شونده است که خواننده را به خواندن متن مصاحبه ترغیب می کند.

مصاحبه گر باید هنگام مصاحبه نکاتی را رعایت کند از جمله این که مصاحبه گر با یک روال منطقی ابتدا به صورت کلی مهم ترین سوالات را مطرح نموده تا پس از به وجود آمدن ارتباط مناسب در انتهای مصاحبه سوالات حساسیت زا را مطرح کند.

مصاحبه را می توان از جنبه های زیر مورد ارزیابی قرار داد:

### ۱- مصاحبه از جهت حلقه های ارتباطی:

\* مصاحبه فردی یک به یک: یک مصاحبه گر و یک مصاحبه شونده

\* مصاحبه فردی یک به چند: مصاحبه گر یک نفر، مصاحبه شونده چند نفر هستند

\* مصاحبه گروهی چند به یک: مصاحبه گر چند نفر، مصاحبه شونده یک نفر است

\* مصاحبه گروهی چند به چند: مصاحبه گر و چند مصاحبه شونده

### ۲- مصاحبه از نظر نوع ارتباط می تواند به دو نوع مصاحبه رو در رو و مصاحبه با واسطه تقسیم شود

### ۳- مصاحبه از نظر محتوا:

- مصاحبه سطحی: مصاحبه ای است که در آن موضوعات متعدد مورد گفت و گو قرار می گیرد

- مصاحبه عمیق: موضوعی خاص مطرح و جزئیات آن شکار شده و ریشه یابی می شود مثل یک گفت و گوی دو طرفه بین خبرنگار

\* وظایف شورای مرکز ناظر سیاست گذاری، رسیدگی به

اعتراضات، تجدید نظر در تصمیمات شورای فرهنگی، تدوین شیوه نامه، تدوین برنامه آموزشی برای متقاضیان، بررسی نتایج محتوایی نشریه و... است.

\* متقاضی امتیاز نشریه باید در خواست خود با مشخصات مسئولین به دبیر خانه کمیته تسلیم کند.

\* متقاضی امتیاز باید دانشجو و یا اعضای هیئت علمی یا سمتی در دانشگاه داشته باشد.

\* در صورت از دست دادن شرایط، ظرف یک ماه می تواند امتیاز را به دیگری واگذار نماید در غیر این صورت امتیاز نشریه لغو می شود و کمیته باید ظرف دو ماه نظر خود را اعلام کند.

\* مدیر مسئول باید دانشجو یا سمتی در دانشگاه داشته باشد و توییحی در پرونده وی نباشد، عدم سابقه مشروطی ۲ سال متوالی و ۳ سال متناوب، حداقل گذراندن ۲ سال تحصیلی و ۲۸ واحد درسی، عدم شهرت به فساد اخلاقی.

\* انتشار اولین شماره نشریه منوط به دوره آموزشی و اخذ مدرک است.

\* در هر نیم سال باید دو دوره آموزش برگزار شود.

\* در صورتی که تقاضانامه ها ناقص یا مدیران مسئول فاقد شرایط باشند کمیته باید مراتب را ظرف ۲۰ روز مکتوب کرده و اعلام کند.

\* درج شناسنامه نشریه اعم از زمینه، نام صاحب امتیاز، مدیر مسئول و... در هر شماره الزامی است.

چنانچه مدیر مسئول خواستار توزیع نشریه در سایر دانشگاه ها باشد باید تقاضای خود را به کمیته ناظر دانشگاه تسلیم کند و دانشگاه موظف است مدت ده روز نظر خود را اعلام نماید.

\* در صورتی که کمیته با مدت ۲۰ روز با صدور مجوز مخالفت کند، متقاضی می تواند اعتراض خود را اعلام نماید و شورای فرهنگی مدت ۳۰ روز نظر خود را اعلام می نماید.

\* مسئولیت تمام مطالب به عهده مدیر مسئول است و باید از هر

## آیین نامه نشریات دانشجویی

کلیه نشریاتی که در زمینه های مختلف توسط دانشجویان و دانشگاهیان منتشر می شوند، نشریات دانشگاهی هستند.

\* منظور از دانشگاه کلیه مراکز دانشگاهی و مراکز عالی و مؤسسات هستند.

\* وزارت علوم و بهداشت و تحقیقات درمان و دانشگاه آزاد به اختصار دستگاه نامیده می شوند.

اعضای کمیته ناظر بر نشریات دانشجویی به شرح زیر است:

۱. معاون دانشجویی فرهنگی دانشگاه

۲. نماینده مقام معظم رهبری

۳. حقوقدان

۴. سه نفر از هیئت علمی

۵. دبیر کمیته

۶. سه نفر از مدیر مسئولان نشریات دانشگاهی

\* هر دانشگاهی که این کمیته را ندارد تایک ماه فرصت دارد انتخابات را انجام دهد و چنانچه هر کدام صلاحیت خود را از دست بدهند عضو علی البدل جایگزین آنها خواهد شد.

\* جلسات ماهانه و به صورت دعوت از اعضا برگزار خواهد شد.

\* درخواست صدور مجوز، نظارت بر عملکرد، رسیدگی به تخلفات، بررسی محتوا، برگزاری دوره های آموزشی از وظایف کمیته ناظر است.

\* شورای فرهنگی، مرجع تجدید نظر در تصمیمات همان دانشگاه است.

\* شورای مرکزی ناظر ترکیبی از رئیس شورا، معاون مطبوعاتی، معاون فرهنگی، یک حقوقدان، دبیر شورا و سه نفر علی البدل را تشکیل می دهند.

مدیر مسئول باید دانشجو با سمنی در دانشگاه داشته باشد و توییحی در پرونده وی نباشد. عدم سابقه مشروطی ۲ سال متوالی و ۳ سال متناوب، حداقل گذراندن ۲ سال تحصیلی و ۲۸ واحد درسی، عدم شهرت به فساد اخلاقی.





اگر نشریه توهین و افترا کند، صاحب آن حق دارد تا ۲ ماه شکایت کند و نشریه باید جواب آن را تا ماه بعد در نشریه خود منتشر کند و در صورت عدم انتشار صاحب آن می تواند شکایت کند و حکم تنبيه اجرا خواهد شد.

\* کمیته باید مدیر مسئولی را که شکایت کرده است را در ظرف یک هفته دعوت نماید و در صورت عدم حضور غیر موجه یا عدم توضیحات مکتوب حکم را صادر می کند.  
\* کمیته باید موارد تخلف خود را مدت یک هفته پس از صدور به مدیر مسئول و شاکی نشریه ابلاغ نماید.  
\* ۲۰ روز مهلت برای تجدید نظر و اعتراض است و در صورت عدم اعتراض حکم صادر می شود.  
\* حکم صادره از طرف کمیته تا زمانی که نقض نشده است لازم الاجرا است  
\* شورای فرهنگی دانشگاه موظف است که رأی خود را ظرف یک ماه به صورت مکتوب به دانشگاه ارائه نماید و شورای مرکز دانشگاه باید ظرف دو ماه رأی خود را صادر نماید.  
\* نحوه ی صدور مجوز، نظارت بر آن ها، رسیدگی به تخلفات تنها بر اساس دستور العمل خواهد بود.  
\* نشریاتی که قبل از دستور العمل منتشر می شدند ظرف هشت ماه باید خود را با ضوابط منطبق دهند. در صورت عدم انطباق نشریه لغو خواهد شد.

شماره ۳ نسخه را به کمیته ناظر بدهد.

\* در صورتی که صاحب امتیاز مدت شش ماه از زمان صدور مجوز و مدت یک ماهه اقدام نکند مجوز از اعتبار ساقط است.

\* در صورتی که توالی انتشار را پس از ۳ مرتبه رعایت نکنند مدیر مسئول احظار شده و در صورت عدم ارائه دلیل منطقی مجوز لغو می شود.

\* صاحب امتیاز می تواند برای انتقال امتیاز به کمیته ناظر مراجعه کند و کمیته ظرف یک ماه نظر خود را اعلام می دارد.

\* نشریات دانشجویی از کلیه حقوق جستجو و انتشار اخبار داخل و خارج از دانشگاه بهره مند هستند.

\* نشریات حق دارند نظریات و انتقادهای سازنده با رعایت موازین اخلاقی درج کنند.

\* معاونت دانشجویی و فرهنگی باید در حدود اختیار از نشریات حمایت کنند.

\* دستگا ه ها باید برای جشنواره دانشجویی نشریات برتر را شناسایی و تشویق نمایند.

\* نشریات در انتشار مطالب و تصاویر به جز اخلاص در مبانی و احکام اسلامی آزاد هستند.

\* اگر نشریه توهین و افترا کند، صاحب آن حق دارد تا ۲ ماه شکایت کند و نشریه باید جواب آن را تا ماه بعد در نشریه خود منتشر کند و در صورت عدم انتشار صاحب آن می تواند شکایت کند و حکم تنبيه اجرا خواهد شد.

\* در صورتی که نشریه بدون اجذ مجوز فعالیت داشته باشد توقیف شده و به مدت یک سال محرومیت دارد و در صورت تکرار دانشجوی تا پایان مقطع تحصیلی خود حق انتشار را ندارد.

\* در صورتی که موارد تخلف جرم محسوب شود کمیته ناظر به کمیته انضباطی معرفی می شود.

\* کمیته موظف است به شکایات مکتوب ظرف ۱۵ روز رسیدگی کند و رأی خود را صادر کند.

جانب، چیست آن، نگه داری، یک دیگر، هیچ کاره.

الف. بسوزند <تر> و <ترین> بهتر است که جدا از کلمه نوشته شود. در قید های: بهتر، بیشتر، کمتر، مهمتر، کوچکتر، بزرگتر، نزدیکتر و... که متصل نوشتن آنها رایج شده است می توان هر دو گونه را نوشت، اما در کلمات دیگر به ویژه کلمات دندانه دار و کلماتی که رسم الخط آن نازیبا می شود حتما باید جدا نوشته شود.

مثال: رایج تر، موفق تر، بهینه تر، خوردنی تر، مستقیم ترین، تازه تر، جامع تر، جالب تر و...

ب. کلمه های مرکبی که متصل نوشتن آنها موجب اشتباه یا دشواری در خواندن یا نوشتن کلمه بشود یا خلاف عرف به نظر بیاید، آنها را جدا اما نزدیک به هم باید نوشت.

مثال: بنویسیم: هم منزل، آکینه تور، عدالت پیشه. ننویسیم: هممنزل، کیتور، عدالتپیشه.

ج. هنگامی که جزء دوم کلمه مرکب با <ا> آغاز می شود، در ترکیب <مد> را از روی الف حذف می کنیم.

مثال: بنویسیم: پیشاهنگ، دلاویز، پیشامد، دلارام، همآواز. ننویسیم: پیشاهنگ، دلاویز، پیشامد، دلارام، همآواز.

۲. حرف اضافه <به> جدا از اسم و ضمیر نوشته می شود.

مثال: بنویسیم: به تهران، به خانه، به مدرسه، به لندن و... ننویسیم: پتهران، بخانه، بهدرسه، بلندن و...

الف. از آنجا که حرف <ب> در کلمه های عربی متداول در فارسی، حرف جر عربی است نه حرف اضافه فارسی باید به کلمه بعد متصل شود.

مثال: بنویسیم: بلافاصله، بلاشک، بلاعارض، بلا تکلیف، ما باران، بدون، بسم الله

ب. گونه های دیگر نوشتن <ب>

بدین، بدان، بدانان، بدیشان، بدو، بدینوسیله  
بخرد، بهوش، بنام، بخد (حرف ب به عنوان جزء پیشین به کار می

## آیین نگارش

به کاربران درست نویسی از مهم ترین اصول در نگارش خبر است. نکات آیین نگارش عبارت اند از:

۱. حفظ استقلال دستوری هر کلمه از نظر معنی و کلمه و مستقل نوشتن هر کلمه از کلمه های دیگر:

مثال: بنویسیم: دانشسرای عالی، ننویسیم: دانشسرایعالی، بنویسیم: هیچ کس، ننویسیم: هیچکس.

الف. حرف ربط، ضمیر و صفت پرشی (راء ای، تو، یک، که، چه) و صفت اشاره (این و آن) را نباید به کلمه های دیگر چسباند.

مثال: بنویسیم: دوست را ننویسیم: دوسترا.

ب. <چه> در کلمه های چرا و چنان (به معنی چه چیز را و چگونه) باید پیوسته نوشته شود.

ج. هرگاه <چه>، <ها> و <که> با <آن>، <این>، <چنان> و <همچنان> ترکیب شود، باید پیوسته نوشته شود.

مثال: بنویسیم: آنکه، اینکه، چنانکه، همچنانکه، چنانچه، آنچه، آنها، اینها. ننویسیم: آن که، این که، چنان که، همچنان که، چنان چه، آن چه، آن ها، این ها.

د. <است> هرگز نباید به <که> متصل نوشته شود.

مثال: بنویسیم: درست است که، مردی است که، آن است که. ننویسیم: درست استکه، مردی استکه، آن استکه.

۲. نگامی که دو کلمه به گونه ای ترکیب می شوند که از ترکیب آنها کلمه تازه ای با مفهومی غیر از مفهوم هر یک از دو کلمه را بدهد، کلمت را متصل به هم می نویسم.

مثلا کتاب و خانه باهم ترکیب می شوند معنی مستقل از هر دو کلمه را می دهد پس متصل نوشته می شوند: کتابخانه

مثال: بنویسیم: اینجا، آنجا، اینجا، چستان، نگهاری، پنجشنبه، یکدیگر، هیچکاره. ننویسیم: این جا، آن جا، این



عـ < حـ می > ، جدا از فعل نوشته می شود.  
مثال: بنویسیم: می گوید، می خواند ، می کند ، می زند ، همی گفت ، همی رفت ، همی نوشت. ننویسیم: میگوید، میخوااند، میکند، میزند، همیگفت، همیرفت، همینوشت.

۷. < حی > دو گونه است:

الف. حرف اضافه به معنی < بدون > ، که مثل < به > حرف اضافه جدا و با فاصله بین کلمه ای نوشته می شود.

مثال: بی تربیت نمی توان به سروری رسید. بی نظم و تربیت هیچ کاری پیش نمی رود.

ب. پیشوند منفی که بر اسم یا ضمیر می آید و صفت مرکب می سازد، باید پیوسته نوشته شود.

مثال: بیخود از شمشعه پرتو خاتم کردند. باده از جام تجلی صفاقم کردند. او نمی دیدش و از دور خدایا می کرد.

**نکته:** هرگاه در آغاز واژه هایی که چند دندانه دارند و با پیوستن < حی > پیشوند به آنها ، نازیبا یا ناخوانا می شوند و همچنین کلمه هایی که با همزه شروع می شوند و با اتصال < حی > ، < همزه > در تلفظ با الف اشتباه می گردد، < حی > را باید جدا نوشت، اما بدون فاصله بین کلمه ها.

مثال: بنویسیم: بی سر و پا ، بی تربیت، بی سامان، بی اساس، بی ارزش. ننویسیم: بی سرو پا، بی تربیت، بی سامان، بی اساس، بی ارزش.

۸. < ه > بیان حرکت، در جزء اول از کلمات مرکب و کلمات جمع بسته شده با < ها > حذف می گردد و نه پیوسته نوشته می شود.

مثال: بنویسیم: علاقه مند ، جامه ها  
ننویسیم: علاقمند یا علاقه‌مند. جامها یا جامه‌ها.

رود و صفت یا قید می سازد (مثال: به جد و جهد چو کاری نمی رود از پیش.... (حرف اضافه)  
در این کار بجد باش (جدا باش) (قید)  
جز پیشین (از ترکیب اسم و صفت و قید)  
اگر گلی، بحقیقت عجیب آب حیاتی.  
همیشه باید به حقیقت توجه داشت.

۴. پیشوند ها و پسوند ها بیشتر مواقع متصل نوشته می شوند.

مثال: بنویسیم: همشین ، همدل ، همکار ، همراهی ، باغبان ، مرغدانی ، دانشمند ، گلزار ، کشتزار. ننویسیم: هم نشین ، هم دل، هم کار، هم راهی، باغ بان ، مرغ دانی، دانش مند ، گل زار، کشت زار.

۵. اجزای پیشین فعل مثل < ب > ، < ن > و < م > را باید پیوسته به فعل نوشت.

مثال: بنویسیم: بیند ، برود ، نخواند، نبینی، مکن.

**نکته:** پیش جزء های < ب > ، < ن > ، < م > وقتی بر سر فعلی که با < آ > آغاز می شود، بیایند، مد از روی الف حذف می شود و به جای آن < حی > پیش از < حی > می آید .

مثال: آید - - - - - ب + آید - - - - - بیاید  
گفته بودم چو بیایی غم دل با تو بگویم  
چه بگویم که غم از دل برود چون تو بیایی

**نکته:** < به > را در اول عبارت فعلی را جدا می نویسند .

مثال: بنویسیم: به کاربرد ، به بار آمد ، به دست آورد ، به خاطر آورد ، به زانو در آمد. ننویسیم: بکار برد، بار آمد، بدست آورد ، بخاطر آورد، بزانو در آمد.

ننویسیم: بیانداخت، بیانداخت، میانداز.

۱۴. هرگاه پس از حرف <حی> حرف بلند و کشیده یاء بیاید هر دو به صورت یاء نوشته می شود.

مثال:

بنویسیم: بوییدن، روییدن

ننویسیم: بوییدن، روییدن

۱۵. تنوین خاص کلمات عربی است و از به کار بردن آن در کلمات فارسی باید اجتناب کرد.

مثال:

بنویسیم: به ناچار، جانی، دوم، گاهی، تلفنی

ننویسیم: ناچاراً، جانا، دوماً، گاهها، تلفنا

**نکته:** کلمه های عربی که دارایتونین نصب است بهتر است معادل فارسی آن ها به کار برود.

مثال:

بنویسیم: بی درنگ، به تحقیق

ننویسیم: فوراً، تحقیقا

۱۶. همزه ساکن آخر کلمه های ممدود عربی مثل: ابتداء، انتها، صحراء و... در تلفظ فارسی حذف می گردد به این شکل: ابتداء، انتها، صحرا و...

**نکته:** ننویسیم: ابتداء کار، املاء درس بلکه بنویسیم: ابتدای کار، املائی درس.

نکته: همزه ساکن وسط یا آخر، در صورتی که پس از فتحه (۱) واقع شده باشد روی کرسی <نوشته می شود.

راس، یاس، رافت و...

۹. در کلمات مرکب عربی متداول در فارسی، کلمه های مستقل را باید جدا از هم نوشت.

مثال: بنویسیم: ان شا، الله، من جمله، عن قریب، علی هذا، مع هذا، مع ذلک و...

ننویسیم: انشا، الله، منجمله، عنقریب، علیهذا، معهذا، معذالک و...

۱۰. <ها> علامت جمع جدا از کلمه و بدون فاصله نوشته شود.

مثال: بنویسیم: گل ها، باغ ها

۱۱. کلمات هارون، اسماعیل، رحمان، اسحاق، ابراهیم، ملائکه، سماوات و سلیمان بهتر است اینگونه نوشته شوند نه به این شکل: هرون، اسمعیل، رحمن، اسحق، ابرهیم...

۱۲. الف مقصوره در برخی از کلمات عربی همچنان که در فارسی الف تلفظ می شوند در خط الرسم فارسی هم الف نوشته می شوند.

مثال:

بنویسیم: محتوا، اعلا، بلوا، تقوا، مبتلا، ممفا و...

ننویسیم: محتوی، اعلی، بلوی، تقوی، مبتلی، ممفی و...

**نکته:** در اسم های خاص عربی مثل: مصطفی، مرتضی، موسی، عیسی و... شیوه ی نوشتن الف مثل رسم الخط عربی است و همان <حی> نوشته می شود. در اسم هایی مثل صفرا، کبرا و لیلا با الف نوشته می شود.

۱۳. هرگاه حروف (ب، ن، م) بر سر افعال آغاز شده با <ا> در آیند، همزه در نوشتن تبدیل به <حی> می شود.

مثال:

بنویسیم: بیانداخت، نیانداخت، میانداز



## گزارش نویسی

گزارش در لغت به معنی شرح و تفسیر کردن، خبر کامل دادن، جست و جو کردن و اظهار کردن و... است.

در روزنامه نگاری گزارش یکی از عمده ترین راه های ارتباط مطبوعات با مردم است و واقعیات را آشکار می کند.

## گزارش خبری

بهترین نوع گزارش، گزارش خبری است که در واقع شکل گسترش یافته خبر محض است که در خلال آن مخاطب به جزئیات بیشتر در مورد علت و چگونگی خبر دست می یابد. این گزارش زمانی تهیه می شود که خبر اولیه در مورد یک رویداد، نتواند نیاز کجکاوی خواننده را ارضا نماید.

از ویژگی های این نوع گزارش که به بیان توصیفی و تشریحی رویداد با توجه دو عنصر «چرا» و «چگونه» می پردازد، حضور گزارشگر در صحنه، تماس و ارتباط با همه منابع مرتبط، کسب اطلاعات دقیق واقعی همراه با استفاده از نقل قول ها، مصاحبه ها، آمار و ارقام، توصیف و تشریحی در حد اقتضای موضوع است.

گزارش نباید مبهم و گنگ باشد و باید دقت شود که با جمع آوری اطلاعات کامل و متناسب با مقتضیات زمان و با دسته بندی و ارزیابی منطقی، گزارش زمینه تفکر و جهت دهی را در مخاطب زنده کند و او را در نتیجه گیری نهایی شریک نماید.

هر گزارش باید دارای زبان قصه گونه و توصیفی در جایگاه مناسب خود باشد و در آن از هر گونه شعارگرایی و سطحی نگری پرهیز شود و توجه شود که تحلیل گزارشگر نباید آن را از واقعیت های اجتماعی دور کند.

برای تهیه گزارش خبری باید موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

- \* سابقه و پیشینه رویداد آورده شود.
- \* نظرات مسئولان، کارشناسان، افراد با سابقه و اهل فن مرتبط با

آن رویداد آورده شود.

\* نظرات شاهدان و عوامل تشکیل دهنده رویداد آورده شود.

\* از محل رویداد عکس گرفته شود و در گزارش به صورت تصویری و تشریحی محل رویداد تصویر پردازی و مجسم شود.

\* اطلاعات جزئی و مهم از اجرای رویداد آورده شود.

\* از منابع متعدد در گزارش استفاده شود.

\* در شروع گزارش دقت شود از قلم خوب و جذاب برای جذب خواننده استفاده شود.

\* گزارش دارای یک سناریو با چارچوب و قالب هدفمند باشد.

\* از نثر و قلم ساده، روان و صمیمی استفاده شود.

\* از خلاقیت و نوآوری و تصویر پردازی استفاده شود.

\* از قدرت تخیل در گزارش تا حدی که به واقعیت و اعتبار گزارش آسیب نرساند، استفاده شود.

باید توجه داشت که لازم نیست حجم مطالب گزارش زیاد باشد زیرا می توان در حجم کم گزارش جامعی از یک رویداد ارائه داد.

مثال: سرویس بین الملل - بانک تسویه های بین المللی اعلام کرد، سطح سپرده های ارزی خارجی ایران در پایان سال ۲۰۰۵ با سه میلیارد دلار افزایش نسبت به سه ماهه پایانی سال ۲۰۰۴ میلادی به ۱۵ میلیارد و ۹۴۰ میلیون دلار رسید.

برپایه گزارش این بانک که مقر آن در شهر بازل سوئیس است، اوایل سال جاری اعلام کرد؛ سطح سپرده های ارزی خارجی کشورمان از آغاز سال ۲۰۰۴ میلادی به طور مرتب در حال افزایش بوده و به نحوی که تنها در طول این سال یک میلیارد و ۸۳۵ میلیون دلار بیشتر شده است.

افزایش این سپرده ها در سال ۲۰۰۵ از سرعت بیشتری برخوردار بوده و ظرف این سال نسبت به سال گذشته هفت میلیارد و ۸۷۳ میلیون دلار بر مقدار آن افزوده شده که حاکی از رشد ۹۷ درصدی است.

در روزنامه نگاری گزارش یکی از عمده ترین راه های ارتباط مطبوعات با مردم است و واقعیات را آشکار می کند.

بهترین نوع گزارش، گزارش خبری است که در واقع شکل گسترش یافته خبر محض است که در خلال آن مخاطب به جزئیات بیشتر در مورد علت و چگونگی خبر دست می یابد.

همچنین می توان با استفاده از خبرها و مطالب نشریات دانشجویی دیگر، مجلات و روزنامه های موجود در جامعه، برنامه و گزارش های صداوسیما، نشست های دانشجویی، اطلاعیه های منتشر شده توسط دانشگاه و ... برای سوژه یابی استفاده کرد.

گزارش نویسی به غیر از گزارش خبری، انواع دیگری مانند گزارش تصویری، خاطره نویسی، گزارش علمی و تخصصی و ... دارد.

**خاطره نویسی:** کمتر دیده شده است در نشریات دانشجویی از گزارش خاطره استفاده شود در حالیکه خاطرات خواندنی دانشجویان بسیار زیاد است و باید در نشریات دانشجویی ستونی با نام خاطره نویسی در نظر گرفته شود.

**گزارش علمی:** گزارش علمی در نشریات دانشجویی نیز به صورت بررسی یک موضوع علمی و تخصصی در ارتباط با یک رشته و یا یک گزارش تهیه می شود. که به طور عمده مخاطبان آن، دانشجویان همان رشته هستند. نویسنده این نوع گزارش لازم است تا جایی که به ساختار گزارش خدشه وارد نکند از کلمات ساده استفاده کند تا برای سایر افراد هم قابل استفاده باشد.

در غیر این صورت نویسنده اصطلاحات تخصصی و علمی به کار رفته در گزارش را برای خوانندگان معنی و تشریح کند، تا بدینوسیله حلقه مخاطبان و خوانندگان نشریه گسترده تر گردد و شامل دانشجویان بیشتری شود و جنبه عمومی پیدا کند مثلاً: بررسی انواع سیستم عامل ها.

**گزارش تصویری:** یک عکس به همراه یک لید کوتاه، در بعضی مواقع شرح رویداد را به گونه ای برای مخاطب بازگو می کند که با چندین سطر هم نمی توان به اندازه آن عکس شرح رویداد را برای خواننده مجسم کرد.

## کاربرد گزارش در نشریات دانشجویی

۱- بیان چگونگی و چرای وقوع رویداد: خبررویداد را مشخص می کند ولی گزارش دلایل و چگونگی وقوع رویداد را شرح می دهد.

۲- انعکاس موضوعاتی که به صورت خبر محض جاییتی ندارد.

مثل: وضعیت زندگی در خوابگاه های دانشجویی، مشکلات آموزش دانشکده ها، بررسی وضعیت اعتیاد در بین دانشجویان و ...

۳- انتقال انتقادات، بیان نارسایی ها، نواقص و ...

مثل: انعکاس کیفیت غذای سلف دانشگاه

۴- انعکاس فعالیت های مثبت

مثل: گزارش از روند موفقیت یک دانشجوی مخترع یا المپیادی با انتشار گزارش خوب، منطقی و جامع در نشریات دانشجویی می توان با برجسته کردن برخی از مشکلات که کمتر به آن توجه می شود، مسئولان مربوطه را برای حل آن به تکاپو واداشت و یا راه حل مناسب برای رفع مشکل ارائه داد.

یافتن سوژه مناسب نیز یکی از معضلات اصلی نشریات دانشجویی است.

برخی سوژه ها برای نشریات دانشجویی که مورد توجه مخاطبان قرار می گیرد عبارتند از: وضعیت حجاب در دانشگاه، برخورد اساتید با دانشجویان، وضعیت سیاسی -فرهنگی -هنری تشکل ها، معرفی مکان ها، دانشکده ها و ویژگی های خاص دانشگاه، مکانات آموزش دانشکده، ازدواج دانشجویی و ...

بهترین راه برای سوژه یابی ارتباط با دانشجویان و آگاهی از مشکلات، نظرات و خبرهای آنها است.





## مراحل گزارش‌نویسی

گزارش تصویری باید نقطه شروع داشته باشد و پس از حرکت لازم به نقطه ای منتهی شود.

گفت‌وگو با مخاطبان، کارشناسان و مسئولان، گزارشگر باید با افراد مطلع و متخصص در زمینه موضوع گزارش گفت و گو کند و به طور تخصصی به نقد موضوع پرداخته و آن را مورد انتقاد قرار دهد و با استفاده از نظر کارشناسان راه حل منطقی و عملی ارائه دهد.

الف) سوژه پردازی، مشخص ساختن سوژه یا موضوع گزارش با استفاده از رویدادهایی که تازه اتفاق افتاده و همچنین با مردم مرتبط و نزد آنان مهم هستند. هر چند رویدادهایی که قبلاً اتفاق افتاده و الان با زاویه‌ای دیگر به آن پرداخته شود می‌توان به عنوان سوژه مطرح شود. بحث سوژه آنقدر مهم است که در بعضی از روزنامه‌ها، دسته‌ای از روزنامه‌نگاران توانمند فقط مشغول سوژه‌یابی هستند.

ب) روشن و مشخص ساختن اهداف گزارش نزد خود: گزارش‌نویس باید مواردی را که می‌خواهد برای خواننده پرچسته سازد، از قبل مشخص نماید. بنابراین براساس اهداف گزارش است که روزنامه‌نگار، نقشه گزارش را طرح ریزی می‌کند.

ج) جمع آوری اطلاعات و سابقه موضوع از طریق مصاحبه، آرشیو مطبوعات و کتابخانه‌ها.

د) گفت‌وگو با مخاطبان، کارشناسان و مسئولان. گزارشگر باید با افراد مطلع و متخصص در زمینه موضوع گزارش گفت و گو کند و به طور تخصصی به نقد موضوع پرداخته و آن را مورد انتقاد قرار دهد. و با استفاده از نظر کارشناسان راه حل منطقی و عملی ارائه دهد. گزارشگر نشریات دانشجویی باید به سراغ مسئولان دانشگاه و خارج دانشگاه برود چرا که یک طرف گزارش مسئولان هستند و مخاطبان علاقه مند بدانند که مسئولات درباره مشکلات، معضلات و خواسته‌های آنان چگونه فکر می‌کنند و چه نظر و تدبیری دارند. گزارشگر می‌تواند با دسته‌یابی قرار دادن نظرات کارشناسان از نقاط ضعف انتقاد نماید و پاسخ مسئولان ذیربط را دریابد.

بدین ترتیب جریان اجتماعی همواره فعال می‌ماند و تا حدود زیادی از فساد، انحراف و تک روی جلوگیری شده و سبب جلوگیری از

مثلاً: تجمع دانشجویی، صحنه‌های مختلف جنگ، راهپیمایی، صحنه تصادف، ترور و....

## ویژگی‌های عکس‌گزارشی:

\* موضوع ظرفیت تصویری را داشته باشد و با مخاطب ارتباط برقرار کند به گونه‌ای که با دیدن آن عکس فکر کند.

مثلاً عکس از چهره افراد و اشخاص، اعتصاب، حوادث، حالت خبری و هنری داشته باشد.

\* گزارش تصویری باید نقطه شروع داشته باشد و پس از حرکت لازم به نقطه ای منتهی شود.

\* هر عکس یک شرح و زیرنویس متناسب با محتوا داشته باشد.

\* در گزارش تصویری یک عکس نقش محوری و لید دارد و تصویر کلی از گزارش را آرایه می‌دهد.

مثلاً: در یک اجتماع دانشجویی پاهر اجتماع دیگر، عکاس خبری باید عکس لید خود را یک عکس بازویه از پشت سخنران، از کل شرکت کنندگان و تریبون بگیرد. برای به تصویر کشیدن جزئیات خبر و احساسات شرکت کنندگان، عکاس باید در جمع حاضران ریز شود.

با عکس از شخص مجروح شده در یک درگیری درحالی که خون از سر او جاری است یک تصویر زنده خبری است که موفقیتی برای عکاس است.

چون این عکس صحنه درگیری و میزان خسارت را برای خواننده مجسم می‌کند اگر شخص مجروح دانشجوی باشد خوانندگان دانشگاهی به دلیل مجاورت فرهنگی و معنوی با مجروح ابراز همدردی می‌کنند. چنین عکسی می‌تواند بر روی مخاطب تاثیر زیادی داشته باشد و بدین ترتیب واکنش دانشجویان و سایر خوانندگان را به دنبال داشته باشد.

## لید نویسی در گزارش

لید نویسی در گزارش، عکس مقدمه نویسی است یعنی لید از اوج مطلب شروع می شود اما مقدمه از دامنه به قله و اوج می رود.

## انواع لید در گزارش

- ۱- **لید استقرایی:** در این نوع لید، نویسنده از کنار هم گذاشتن جزئیات به ارائه تصویر کلی موضوع می پردازد.
- ۲- **لید قیاسی:** در این نوع لید، یک تصویر کلی و جامع و هنرمندانه از موضوع ارائه می شود، سپس پنجره ای به روی جزئیات و مسائل جزئی تر گشوده می شود.

## اجزای گزارش

- ۱- **مقدمه:** محتوا (متن) و پایان بندی به عنوان سه جز گزارش محسوب می شوند که می توانند در گزارش به سه شیوه زیر مطرح شوند.
- ۱- **در مقدمه** می تواند خلاصه ای از تمام جنبه های موضوع باشد و متن به هریک از جنبه ها بپردازد و در پایان، به نتیجه ای که به آن دست یافته اشاره شود.

- ۲- **گزارش نویسی** در مقدمه به صورت کلی و وصفی به موضوع خواهد پرداخت سپس در محتوا جزئیات مطرح و در پایان بندی، جمع بندی از موضوع ارائه خواهد شد.

- ۳- **در مقدمه،** سوال هایی مهم در ارتباط با موضوع نوشته می شود و در متن از طریق اطلاعاتی که به دست آمده (مطالعه و مصاحبه) به این پرسش ها پاسخ داده می شود و در پایان، خلاصه ای کوتاه از نتیجه دستاوردها یا نظر گزارش نویس مطرح خواهد شد.

استبداد فردی می شود و شخص مسئول در هر پستی که باشد نسبت به وظایف و عملکرد خود، در مقابل افکار عمومی دانشجویان، خود را پاسخگو بداند.

- ۵) **آماده سازی گزارش:** که شامل بررسی میانی موضوع است و این که چگونه می تواند به سوالات چرا و چگونه گزارش، پاسخ دهد و اطلاعات لازم را جمع آوری و افزادی که با موضوع، ارتباط نزدیک دارند مشخص کند. مثلاً تحقیق در مورد صحت اطلاعات به دست آمده، سرعت عمل در جمع آوری اطلاعات و نوشتن گزارش، تهیه عکس های مربوط به مساله، به عنوان یک سند معتبر برای اقناع مخاطب. همچنین گزارش نویس باید بتواند مساله را نزد خویش در حد نیاز، تجزیه و تحلیل نماید.

و نوشتن گزارش؛ که باید در این مرحله روزنامه نگار به سه نکته زیر توجه کند:

- \* پیش بینی تعداد کلمات.
- \* بررسی واژه ها و اصطلاحات نامفهوم و مبهم.
- \* درک کردن مخاطب و نوشتن در سطح فهم همه؛ عدم مخالفت گزارش با سیاست روزنامه.

ی) در مرحله پایانی گزارش خود باید با بینش و درایت و فهم شخصی خود، احساس مسئولیت، حفظ بی طرفی و رعایت انصاف و عدالت، نتیجه گیری نماید و مخاطب را در ارزیابی و نتیجه گیری همراه خود کند.

در واقع گزارشگر جایگاه قاضی را پیدا می کند و حکم محکومیت یا تبرئه جریان خبرساز را نزد افکار عمومی صادر می نماید.

لید نویسی در گزارش، عکس مقدمه نویسی است یعنی لید از اوج مطلب شروع می شود اما مقدمه از دامنه به قله و اوج می رود.





کم اهمیت نیازی به عکس نیست.

اندازه عکس ها باید با میزان و اندازه متن و تیتیر آن تناسب داشته باشد. در صورت نداشتن عکس فضای خالی را با ارائه سوتیتیر ها، تیتیر ها و اشکال گرافیکی مناسب می توان پر کرد.

### ۳- ایجاد فضای خالی در صفحه

تأثیر فضای سفید در نقاط مختلف صفحه برای جلب نظر مخاطب انکار ناپذیر است. فضای سفید باعث می شود، تا بین مطلب متن و صفحه کاغذ نوعی فضا ایجاد شود و مطلب به صورت برجسته تر جلوه داشته باشد. همچنین به تقسیم بندی صفحه بدون خطی مشی کمک می کند.

### ۴- مشخصات نشریه، سر صفحه و کلیشه

صفحه آرا باید با توجه به اصل زیبایی در بالا یا محلی مناسب در صفحات نشریه، سال انتشار، شماره نشریه، تاریخ انتشار، زمینه انتشار، ارگان منتشر کننده، شماره صفحه و نمونه ای کوچک از نشریه را درج نماید.

### ۵- ستون بندی قطع و قالب صفحات نشریه

قطع صفحات برای روزنامه ها، ماهنامه ها، هفته نامه ها و مجلات با توجه به وضعیت مالی، حرفه ای، اجتماعی و سیاست کاری آنان متفاوت است و هر کدام دارای اندازه مشخصی است. خوانندگان نشریات دانشجویی بیشتر قطع (۴) را می خوانند. و تأثیر آن بر مخاطبان زیاد است.

صفحه آرای در مجلات از نظر ستون بندی تا حدی آزادتر از روزنامه هاست ولی خلاصیت هنری بیشتری را طلب می کند که شامل نشریات دانشجویی نیز می شود.

## صفحه آرای

صفحه آرای ایجاد روابط مناسب، زیبا و هدفدار در شکل ظاهری صفحه، بین عناصر متنی، تصویری، خلق فضای خالی، نمودار، جدول و... در چارچوبی معین و طراحی شده می باشد. صفحه آرا باید به گونه ای صفحه آرای کند که ضمن انتقال پیام و خبر، به ساده ترین شکل ممکن با خلق ابتکار در صفحه از طریق شکل آرایش صفحه، میزان اهمیت و ارزش مطلب را به خواننده انتقال دهد.

### اصول مؤثر در طراحی گرافیکی اسم نشریه (لوگو)

پس از انتخاب اسم نشریه و تأیید نهایی آن باید برای طراحی لوگو (طراحی اسم نشریه به صورت هنری) به طراح و گرافیست داده شود، تا او با استفاده از خلاقیت و ابتکار هنری، لوگوی نشریه را به

شکلی زیبا، جذاب و هنری کند.

### ویژگی های لوگوی نشریه:

- \* ایجاد جاذبه برای نشریه
- \* استفاده از اصل تضاد
- \* استفاده از طرح های ابتکاری و جدید
- \* استفاده از اصل عادت
- \* اصل زیبایی
- \* تناسب با محتوا
- \* خوانا بودن لوگو

### عناصر زیباسازی گرافیکی

#### ۱- استفاده از تیتیر های کوتاه

تیتیر های کوتاه می تواند به اصل تضاد در صفحه کمک کند و فضای مفیدی در صفحه ایجاد نماید که به پرچسته سازی مطالب و طرح های صفحه کمک می کند .

#### ۲- استفاده از عکس بزرگ

بزرگ بودن عکس جذابیت بیشتری به شکل صفحه آرای می دهد. عکسی مناسب است که کیفیت خوب را داشته باشد. برای خبرهای

صفحه آرا باید به گونه ای صفحه آرای کند که ضمن انتقال پیام و خبر، به ساده ترین شکل ممکن با خلق ابتکار در صفحه از طریق شکل آرایش صفحه، میزان اهمیت و ارزش مطلب را به خواننده انتقال دهد.

صفحه آرای در مجلات از نظر ستون بندی تا حدی آزادتر از روزنامه هاست ولی خلاقیت هنری بیشتری را طلب می کند که شامل نشریات دانشجویی نیز می شود.

\* سعی شود در نشریات از صفحه آرائی به صورت یک ستونی اجتناب شود.

\* باید دقت شود صفحات بیش از حد پر و شلوغ نشود.

\* سعی شود از قالب مفید کادر صفحات، دو سوم به متن و یک سوم به عکس، طرح و اصول گرافیکی و زیباسازی اختصاص داده شود.

\* باید دقت داشت که صفحه آرائی صفحه اول نشریه با صفحات بعدی متفاوت است و تیتراژها براساس اهمیت و اولویت خبر در اندازه قلم ها متفاوت است. بهتر است تیتراژهای مهم را با قلم اندازه درست و تیتراژهای کم اهمیت تر را با قلم اندازه های کوچکتر بنویسیم و همچنین اولویت بالا یا پایین قرار گرفتن تیتراژها به میزان اهمیت خبر بسته است.

## ۶- قلم متن

فونت و اندازه ی قلم در نشریه باید یکسان باشد به جز در موارد خاص مثل شعر، فکاهی و آگهی های تبلیغاتی که می توان از قلم های متنوع استفاده کرد.

## ۷- ارزش ستون

هرچه ستون های یک خبر بیشتر باشد یعنی میزان اهمیت آن خبر بیشتر است البته این به معنای افراط در به کار بردن ستون ها نیست.

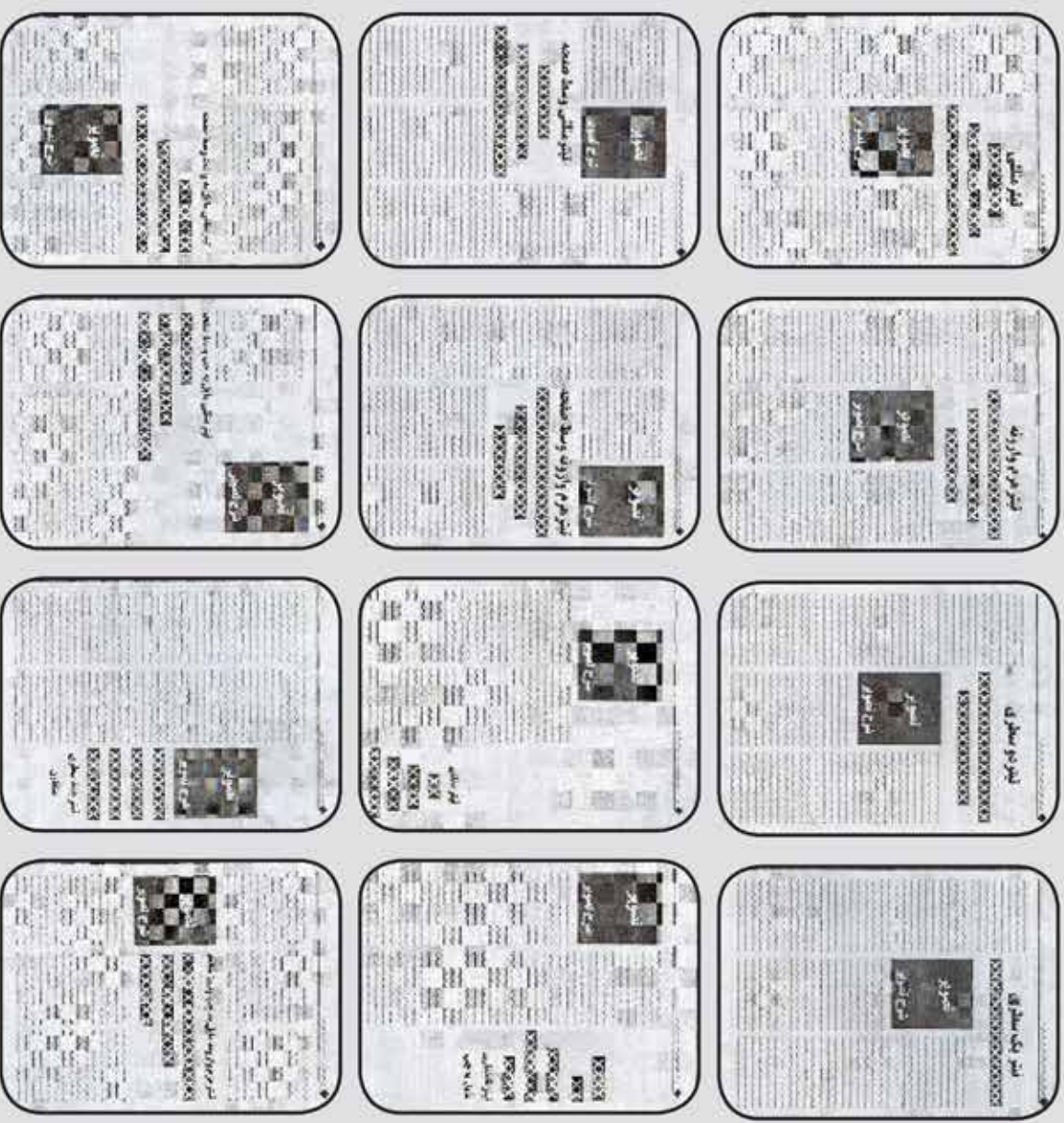
## ۸- تقسیم صفحات

از تقسیم صفحات به ستون های افقی عمودی باید پرهیز کرد. مطالب هر خبر باید در ستون های زیر تیتراژ یا عکس مربوط به آن قرار گیرد تا چنانچه فضای خالی بین مطالب به وجود آید، به خبرها و مطالب دیگر ادغام شود.

## ۹- عکس های خبری

عکس های خبری و بزرگ در بالای صفحه و عکس های کوچک و کم اهمیت و آگهی های بازرگانی در پایین صفحه قرار می گیرند.

# ۱۲ طرح مناسب برای چیدمان صفحات



# ضمیمہ شماره ۲



# آداب نوشتن!

توضیح و اَضاحات از ر.ا: آن چه نوشته شده است، نسخه‌ی عمومی نیست، روشی شخصی است!

۱. با پای جامه ننویسیم! دقیقا منظورم همان پیژاما است. نوشتن، کاری است به شدت حرفه‌ای. حالا که نمی‌توان به همه توصیه کرد که محل کار داشته باشند برای کاری به اسم نوشتن، دست کم می‌توان توصیه کرد که لباس کار داشته باشند! صبح کمی جابه‌جا شوند و لباس کار بپوشند و بعد در محلی مخصوص نوشتن، ولو حمام آپارتمان، بنویسند...
۲. کافه‌ی پارسی با کافه‌ی تهرانی کمی فرق می‌کند! شنیده‌ایم که بسیاری از نویسندگان مشهور کافه‌نشین بوده‌اند و بعد همین را به کافه نادری دی‌روز و مثلا کافه تیاتر امروز ترجمه‌اش کرده‌ایم که مثلا دور هم بنشینیم و روزنامه‌ای حرف بزنیم و بعد هم از توش رمان در بیاوریم... آن جور که من از پاریس، در جشن بی‌کران همی‌نگوی به خاطر دارم و اهل فن، از هم نفس‌هاش در کی‌وست پرس و جو کرده‌اند، همی‌نگوی، کافه‌نشین - به معنای تهرانی‌ش - نبوده است. از میز و پذیرایی کافه‌ی پارسی در ساعات خلوت، مثل ساعات صبح، به عنوان محل کار استفاده می‌کرده است. خودش می‌گوید صبح‌ها نصف قیمت بودند کافه‌ها و لیوانی شیر گرم، نه برای رفع عطش که برای سد جوع، هم ناهار را به تعویق می‌انداخت و هم بهانه‌ای بود برای زیاد ماندن و زیاد نوشتن... من یکی دو تا کافه‌ی تهرانی مناسب برای نوشتن - خاصه پیش از ظهر - می‌شناسم، که موقعی که محل کار مشکل داشته باشد، می‌توانم به آن‌ها پناه ببرم و البته برای این که حکم‌ش نرود، قطعا از آن‌ها نام نخواهم برد! تفاوت دیگری هم دارد ایران با فرانسه، آن هم یحتمل سرک کشیدن مشتری میز کناری است روی صفحه‌ی نمایش لپ‌تاپ!
۳. قطعا تایپ کنید! با خودکار و مداد نوشتن، در نوشتن حرفه‌ای سنتی منسوخ است. گوستاو فلوبر صد سال پیش مادام بواری را با ماشین تحریر تایپ می‌کرده است... دیده‌ام بعضی‌ها خیلی با آب و تاب خرده می‌گیرند که پس تکلیف رقص قلم بر کاغذ چه می‌شود و... من هم خیلی وقت‌ها هوس بوی روغن حیوانی خالصی می‌کنم که توی دبه‌های رویی از کرمان‌شاه می‌آوردند و می‌گذاشتند در صندوق خانه‌ی هشتی خانه‌ی مادر بزرگ... تایپ کردن، فشار روی انگشت‌ها را تنظیم می‌کند حال آن که با دست نوشتن، در ساعات طولانی باعث آرتروز گردن و دست می‌شود. از تشعشع مانیتورهای جدید هم نهراسید. من پانزده سال پیش وقتی با مانیتورهای قدیمی غیر مسطح، مشغول نوشتن "من او" بودم، بعد از چند روز نوشتن مداوم، مجبور شدم از کرم ضدآفتاب استفاده کنم برای درمان ضایعات پوستی حاصل از تشعشع. صورت‌م شده بود مثل صورت اسکی‌بازان و کوه‌نوردان حرفه‌ای. این را نوشتم تا توضیح دهم، با این که پوست صورت‌م غلفتی درآمده بود، چشم‌م هیچ آسیبی ندیده بود... چرا؟ چون حروف نرم‌افزار نگارش را درشت می‌گرفتم! یعنی متن را با حروف تیت‌ر می‌نوشتم.
۴. با بیل و کلنگ پلاستیکی کار نکنید! نمی‌دانم کنار ساحل کودکان را دیده‌اید که چه‌گونه با بیل و کلنگ پلاستیکی بازی می‌کنند و قلعه می‌سازند و... دور از جان شما، اما من همیشه خودم را تصور می‌کنم در قامت یک فعله‌ی اریجینال که با فرغون آن کنار ایستاده‌ام و به این بچه‌های تی‌تیش نگاه می‌کنم، در حالی که نگرانم که هر لحظه معمار صدایم بزند... من به جلسات ادبی، نشست‌های نقد، جوایز دولتی و غیردولتی، صفحه‌های ادبی مطبوعات، طرح‌های کمیسیون فرهنگی مجلس و کل وزارت ارشاد و... - دور از جان شما - همین جوری نگاه می‌کنم.
۵. راننده‌ی تاکسی حقوق نگیرد! اگر راننده‌ی تاکسی بابت راننده‌گی، حقوق بگیرد و از مسافر کرایه نگیرد، دیگر دنبال مسافر سوار کردن نخواهد بود. توی تاکسی نوشتن، مخاطب باید سوار شود، مخاطب واقعی. این را به تفصیل در "نفحات نفت" توضیح داده‌ام.
۶. حین نوشتن، نفس نکشید! شنیده‌ام بعضی‌ها می‌گویند ما موقع نوشتن، موسیقی گوش می‌کنیم یا قرآن و مداحی می‌شنویم. گوش دادن، خود یک کار است، نوشتن هم کاری دیگر! به قول فضلا و علمای علم رایانه، من آن قدرها هم "مالتی تسکینگ" و چند وظیفه‌ای بلد نیستم کار کنم. اگر می‌شد توصیه می‌کردم که حتا اعمال غیرارادی مثل تنفس را هم حین نوشتن، تعطیل کنید. حالا که نمی‌شود بایستی اقرار کنم که من علاوه بر نفس کشیدن، حتما فجان بزرگی از قهوه - و جدیدترها چای سبز - جلو دست‌م هست تا گاهی به صورت غیرارادی لبی تر کنم!
۷. متأسفانه به من و شما وحی نمی‌شود! وحی و الهام و سایر تجربیات معنوی، حین نگارش به کار نمی‌آیند. بنابراین به جای این که حین نوشتن، به این موضوعات بیاورید، سعی کنید در زنده‌گی‌تان آدم خوبی باشید؛ در نوشتن، خودتان را و تجارب معنوی‌تان را خواهید نمایاند!

۸. دفترچه‌ی یادداشت و مداد، دیگر به کار نویسنده‌ی امروزی نمی‌آید! چرا؟ چون به جای آن می‌توانید از ضبط صوت‌های کوچک و به‌تر از آن از پرونده‌ی اجرایی ضبط صوت داخل تلفن همراه‌تان استفاده کنید. این وسیله را همیشه بایستی همراه داشته باشید. حسن ضبط صوت این است که می‌توانید در حین صخره‌نوردی هم از آن استفاده کنید، به خلاف دفترچه‌ی یادداشت! قبلاً به جای صخره‌نوردی، راننده‌گی را نوشته بودم که بیش‌تر مبتلا به است، اما از ترس راه‌نمایی و راننده‌گی جابه‌جاش کردم!!

۹. شما هم مثل دست‌گاه‌های فتوکپی، زمانی برای گرم شدن لازم دارید! اتومبیل‌های قدیمی، دست‌گاه‌های زیراکس قدیمی و خیلی چیزهای قدیمی دیگر، زمانی لازم دارند برای وارم‌آپ و بعد می‌توانند راه بیافتند. من هم به عنوان نویسنده‌ای نه چندان قدیمی، چنین زمانی لازم دارم برای نوشتن. معمولاً دو تا چهار ساعت، زمان گرم شدن من است. در این مدت، کمی به هر چیزی که بعدتر می‌تواند مرا از نوشتن دور کند، ورم می‌روم. مثلاً ای میل‌هام را چک می‌کنم. اخبار روز را دنبال می‌کنم. به تلفن‌های واجب رسیده‌گی می‌کنم. نامه‌ها را جواب می‌دهم. حتی کمی در جا می‌دوم... و بعد می‌بینم دیگر هیچ کاری ندارم به جز نوشتن! پس از آن حدود یک ساعت هم مطالب قبلی و روزهای پیش را می‌بینم و بعد نیم ساعت تا یک ساعت می‌نویسم... اگر روزی کم‌تر از چهار ساعت زمان داشته باشم، اصلاً به نوشتن فکر نمی‌کنم. چون می‌دانم راه انداختن چیزهای قدیمی بدون گرم شدن چه قدر می‌تواند زیان‌بار باشد! از آن سو یادتان باشد که باید هر روز به‌تر از دی‌روز باشید! هیچ کسی از شما نمی‌پرسد که چرا کتاب جدیدتان منتشر نشده است. شما -به قول بیمه‌گرها- خویش‌فرما هستید. نه کارگرید و نه کارمند و نه کارفرما. پس مجبورید خودتان، خودتان را ارزیابی کنید. من مقدار نوشتن روزانه‌ام را -این روزها خیلی راحت و با کمک نرم‌افزار ورد- بررسی می‌کنم و روی نموداری جلو چشمم در فایل اکسل روی دسک‌تاپ -قدیم‌ترها روی دیوار دفترم- نصب می‌کنم تا ببینم هر روز چند کلمه نوشته‌ام. جوان‌تر که بودم نمودارهای ساعتی هم داشتم که خیلی به من کمک کردند تا بدانم در چه ساعتی از روز به‌تر می‌نویسم. مثلاً دریافتم که پیش از ناهار خیلی خوب می‌نویسم. بنابراین صبحانه را دیر می‌خورم و ناهار را تا غروب عقب می‌اندازم. بدیهی است که در این مدت تمام طرق ارتباطاتی! را هم مسدود می‌کنم.

۱۰. حضرت استادی وجود ندارند! سرتان را گول نماند که متن‌تان را پیش از چاپ باید به استاد بدهید و باید زانوی ادب به زمین بزنید و کتاب اگر تقریظ نداشته باشد، کتاب نیست و... . حضرت استاد توی قفسه‌ی کتابخانه‌ها هستند، بخش کلاسیک‌ها!!

این ده فرمان که نوشتیم، فقط آداب نوشتن است، نه مربوط است به "چه نوشتن" و نه مربوط است به "چه‌گونه نوشتن" که این هر دو را آموختنی -به معنای مدرسی نمی‌دانم.

## آموزش داستان‌نویسی به زبان ساده

(قسمت اول)

حتا دو زار هم به آموزش داستان‌نویسی به این شیوه‌ی مرسوم اعتقاد ندارم. این که بنشینی و جلسه به جلسه، طرح و پی‌رنگ و شخصیت و... تدریس کنی و بعد هم شاگردان محترم را واداری که بنشینند و انشا بنویسند. آموزش تکنیک شاید امری ناممکن نباشد، اما مطمئن باشید، آموزش هنر، روح هنر، ناممکن است.

نویسنده فقط بر اساس یک فشار درونی منبعث از یک نیاز بیرونی، می‌تواند بنویسد و تازه در صورت اقبال مخاطب شاید بعدها اسم نویسنده را رویش بگذارند و تو این میان فقط بایستی مراقب باشی تا حلقه‌ی اقبال ناممکن نجنبانی.

من کاملاً تجربی به کلاس‌های داستان‌نویسی نگاه می‌کنم. چند داستان‌نویس از این کلاس‌ها به در آمده‌اند؟ خدا و کیلی بشمارید! منصفانه و از هر طیف... تازه اگر یک استثنا هم پیدا کنید، جواب‌تان می‌دهم که بابا این استثنا نقض قاعده نمی‌کند و اصولاً تجربه‌ای است ابطال‌ناپذیر. از کجا معلوم که اگر این استعداد به این کلاس‌ها نمی‌رفت، همین و بل به‌ز این که هست، نمی‌شد؟!

چاره‌ای نداریم مگر ملاک‌های تجربی و محک آمار! چند نفر گول این آموزش‌ها را خورده‌اند و چه تعداد از فارغ‌التحصیلان این آموزش‌ها نویسنده‌ی بالاتر از متوسطی شده‌اند؟ از میان نویسندگانی بالاتر از متوسط چند در صد محصول چنین آموزش‌هایی هستند؟ بابا! مسلمان! به قدری تعداد نویسندگانی بالاتر از متوسط در میان نویسندگانی فارغ‌التحصیل از کلاس‌های داستان‌نویسی کم است که من قول می‌دهم اگر برویم وسط خیابان و به طور اتفاقی دو تا اتوبوس آدم جمع کنیم، در میان آن‌ها نویسندگانی به‌تری بیابیم! از آن طرف قضیه، اصلاً شیوه‌ی آموزش آکادمیک، برای تربیت نیروی متوسط است نه برای تربیت نیروی سرآمد.

فراموش نکنید که ادبیات عرصه‌ی آدم‌های متوسط نیست.

خانمی سی و چند ساله در حوزه‌ی هنری آمده بود پیش من و قصه‌ای داده بود. به زحمت به او رساندم که قصه بسیار ضعیف است. جوابم داد که نه ترم داستان‌نویسی خوانده‌ام. همه ترم‌ها با نمره‌ی الف پاس شده است. آن وقت تو به داستان من ایراد می‌گیری؟! مسلمان! نه ترم یعنی کارشناسی ارشد در رشته‌ی مثلاً پرستاری، مثلاً مهندسی برق، مثلاً آش‌پزی حتاً خانه‌داری و بچه‌داری... نه ترم عمر این آدم، یعنی پنج سال از زنده‌گی‌اش تلف شده است. چه کسی پاسخ‌گوست؟ در همین کلاس‌ها خانم‌جلسه‌ای‌هایی - و البته آقای‌جلسه‌ای‌هایی - داریم که پانزده سال است عمر تلف کرده‌اند و دریغ از یک قصه‌ی متوسط... آن وقت در ارشاد، در حوزه، در مسجد، حتاً در شهرداری! کلاس داستان‌نویسی می‌گذارند.

فی‌الغور می‌پرند وسط حرف آدم که در همه‌جای دنیا چنین آموزش‌هایی هست. اولاً باشد! به من چه دخلی دارد؟ دوماً، در ایالات متحده‌اش درست است که کلاس‌های آموزش نویسنده‌گی خلاق در دانشگاه دارند، اما این دوره‌ها را نگذاشته‌اند که کسی چیز یاد بگیرد. دوره گذاشته‌اند که نویسنده بتواند به ازای جلسه‌ی پولی بگیرد و از آن طرف قضیه در ایالات متحده با وابسته کردن نویسنده و روشن فکر به دانش‌گاه، عملاً به لحاظ سیاسی، یارو را اخته می‌کنند.

این‌جا هم شاید همین ضرورت مالی باعث این همه کلاس در فرهنگ‌سراها و مساجد و الخ شده باشد. اما مشکل چیز دیگری است. میان مدرسان آمار بگیرید تا بفهمید که یک‌سری آدم حرفه‌ای تدریس داستان‌نویسی می‌کنند، که عمدتاً خلاقیت نوشتن داستان را ندارند. کم‌تر از بیست درصد مدرسان قصه‌نویسان زنده هستند! یعنی ترجمه‌ی این روش که در ینگه دنیا برای کمک به نویسنده جماعت درست شده بود، در ایران حتاً این فایده را نیز ندارد. فایده‌اش می‌رود در جیب دودوزه‌بازان حرفه‌ای...

صدایش را در نیاورید. غم نان اگر نباشد - که همیشه هست، نویسنده‌ای به سراغ آموزش داستان‌نویسی خواهد رفت که دوره‌ی خلاقیتش سپری شده باشد و گرفتار شهوت مریدبازی شده باشد. یعنی به جای مخاطب، چشم به مرید داشته باشد.

\*\*\*

بگذریم. من اعتقاد دارم داستان‌نویس فقط از راه خواندن داستان کسب تجربه می‌کند. به قول منطقیون فاقد شیئی معطی شیئی نخواهد شد. تا داستان نخوانی داستان‌نویس نخواهی شد. و اگر داستان بخوانی به عوض پرت و پلاهایی که بیشاپ و آلیوت و ترجمه‌های وطنی‌شان از جمع‌بندی همین‌ها تحویل می‌دهند، خود خواهی آموخت. و فراموش نکن که به قول پیازه هر آموزشی لذت یک کشف را از تو خواهد گرفت. بخوان که لذت ببری، آن‌زمان حتما خواهی آموخت، آن‌زمان حتما کشف خواهی کرد.

به هر رو قسمت اول از کلاس آموزش داستان‌نویسی را در فایل صد برای‌تان آماده کرده‌ام. به محض مطالعه‌ی محتویات! "صد" می‌توانید در همین جا پیغام بگذارید تا پرونده‌ی دویست (قسمت دوم) را روی لوح بفرستم. فراموش نکنید، وظیفه‌ی هنر بیان حقیقت مکتوم است. شاید پس از مطالعه‌ی محتویات "صد" به این نتیجه برسید که حرفی برای نوشتن ندارید. در این صورت مطمئن باشید که هم شما سود برده‌اید، هم بنده و هم ادبیات (اگر اصالتاً قابل تفکیک باشیم!!!)

## آموزش داستان‌نویسی به زبان ساده

(قسمت دوم)

پیش‌تر قسمت اول این آموزش گام به گام را به زبان ساده شرح داده بودم. در انتهایش رسیده بودیم به پرونده‌ی صد که صدتایی داستان در آن معرفی کرده بودم و حالا تعداد زیادی - بیش از صد - نامه و پیام داشته‌ام که بسیاری منتظر پرونده‌ی دویست و مشابه آن هستند. و این قلم هرگز پرونده‌ی دویست را رو نخواهد کرد! روشن است، اگر کسی صد رمان خوانده باشد به درجه‌ای از اجتهاد خواهد رسید که صد تایی بعدی‌اش را خودش انتخاب کند و به حرف هم‌چو منی نرود! و البته در این میان گه‌گذاری اگر کاری خوب بخوانم حتما معرفی‌اش خواهم کرد که سنتی است ماندگار و دوست‌داشتنی در میان اهل کتاب!

اما قسمت دوم آموزش داستان‌نویسی برمی‌گردد به یک آبشخور دیگر نویسنده. به همان اهمیت مطالعه. شاید هم بیش‌تر...

\*\*\*

سفر، دست کم دو حسن دارد. اول، احتمال برخورد با تجاربی جدید و دوم، پاره‌گی چرت عادت‌های روزمره. این دو حسن تضمین‌شده‌ی هر سفری هستند. فارغ از مبدا و مقصد و کیفیت...

باورم نمی‌شود که داستان‌نویسی اهل سفر نباشد. و اهل کافی نیست. من اسمش را دقیق‌تر می‌گویم. باورم نمی‌شود که



داستان‌نویسی مرده‌ی سفر نباشد. و تا واعظِ غیرمتعظ نباشم، بگذار همین حالا یکی-دو تکه از دفتر خاطراتم را به لطفِ کنترل‌+سی اضافه کنم:

خسته و کوفته رسیده‌ایم تهران. کم از ده روز و چهارهزار و پانصد کیلومتر راننده‌گی... با تصاویری که مطمئنم روزی در مغزم منفجر خواهند شد... تقریباً همه‌ی جاده‌هایی را که در این سفر پیمودیم، پیش‌تر رانده بوده‌ام. به جز تکه‌ی چابهار به جاسک، از بریده‌گی کنارک به بعد که می‌خورد در دل کویر و جایی بود که هیچ‌زمانی پایم به آن جا نرسیده بود. با این همه در هیچ‌کدام از تکه‌های مسیر، کسالتِ تکرار نداشتیم. سفر، یعنی از میان بردنِ روزمره‌گی...

مثلاً یادم می‌آید که پانزده سال پیش از میانه‌ی کویر شیی رسیدیم به جیرفت و چه‌قدر کیف کردیم از این هندوستان ایران با آن بوی بهارنارنج‌هایش. و این بار ساعت دو بعد از ظهر از میناب رفتیم جیرفت و کماکان منتظر بودیم همان‌قدر لذت ببریم که نشد! کاملاً به خلافِ ایرانشهر که دو سال پیش در سفری رسمی به آن شهر رفته بودم و نپسندیده بودمش و این بار وقتی بعد از چهارصد کیلومتر راندن در کویر -بعد از بم- رسیدیم به ایرانشهر خیال می‌کردیم که به بهشت رسیده‌ایم...

مکانِ نگارش: یکی از شهرهای استان سیستان و بلوچستان که به دلیلی از ذکر نامش معذورم. زمانِ غروبِ بیست و هفتمِ اسفند ۸۳

(عین متن خاطرات) تحمل شهر مشکل شده است. بوی ادوکلن آپيوم اريژینال بدجوری مشام آدمی را می‌آزارد و حتماً می‌دانی که آپيوم یعنی همان شفاي زرد افغان‌ها! کمی هم گرسنه‌ایم. می‌رویم داخل تنها رستوران شهر. با مدیر رستوران ... که بلوچی است خوش‌ذوق گرم گرفته‌ام. از طوایف و قبایل مختلف می‌پرسم، سالارزهی‌ها و ریکی‌ها و... خوشش می‌آید. می‌گوید:

- خوب واردی‌ها...

بعد پاس‌دارها را نشان می‌دهم که هر کدام یک کلاشینکفِ تاشو دست گرفته‌اند و جلیقه‌ی ضد گلوله پوشیده‌اند. می‌پرسم:

- شهر را می‌گویند ناامن است.

جواب می‌دهد:

- نه! شایعه می‌کنند. بین قبایل دعوا هست، روزی سه چهار تا از قبیله‌های هم می‌کشند اما شهر الحمدلله امن است!

(و تو داستانی‌تر از این چه می‌خواهی؟)

سر غذا که بودیم یکی هم پیدایش شد که از دور داد می‌زد دولتی است و آمده است در تنها رستوران شهر غذایش را فاکتور کند به بیت‌المال. با کت و شلوار و پیراهنِ یقه سه دکمه‌ای. با همان آرامش و رسمیت، غذا می‌خورد و پشتِ مایلش بلند بلند توضیح می‌داد که:

- شش تا جنازه‌ی بی سر و صاحب هم از بزمان آورده‌اند. از تصادفی چیزی آوردندشان. درب و داغان بودند. چند تایی هم مراغه کرده‌اند که یکی تلف شده و...

بعد لحظه‌ای از پشتِ خط اجازه می‌گرفت و به مدیر رستوران می‌گفت:

- بی‌زحمت یک نوشابه‌ی اضافه بفرستید!

غذا توی دهان مان ماسیده بود!

(و این‌ها را حتماً در کتابِ آموزشِ فلان کسک و کلاسِ استادِ فلانی پیدا می‌کنی! بی‌خود خود را به زحمت نیندازی یک‌هو! چهارهزار و پانصد کیلومتر راه بکوبی که چه؟)

مکانِ نگارش: بندرِ جاسک، زمان: یکمِ فروردین ۸۴

مستکیم گفتنِ بلوچ‌ها هم شنیدنی است. اولاً قاف را کاف می‌گویند. در ثانی هر آدرسی که ازشان پرسشی می‌گویند مستکیم! داخل اسکله‌ی صیادی جاسک بودیم. شهری که ته دنیاست و به قول سرباز نیروی انتظامی‌اش آخرِ جهنم! ماموری ایستاده بود کنار پیرمردی صیاد. پرسیدیمش راه میناب را. بلوچ فی‌الغور گفت مستکیم! مامور چپ‌چپ نگاهی کرد و سوار بر موتور شد و نیم ساعت پیچ و واپیچ راه‌نمایی‌مان کرد تا رسیدیم به جاده! و این هنوز حاقِ حقیقتِ مستکیم نیست. باید در دل کویر مانده باشی و طوفانِ شن بلند شده باشد، میانه‌ی کهیر و بیلرف و پرسشی جاسک از کدام سوست؟ تا بلوچ کویر را نشان بدهد و بگوید مستکیم!

بعد بگویی که رفته‌ام و برگشته‌ام، سر دوراهی از کدام راه باید بروم؟ و او دوباره بگویدت مستکیم! تا بفهمی حاقِ حقیقتِ آن را. و حالا خوش و خرم در مهمان‌سرای جهان‌گردی میناب نشسته‌ام با کلی تصویر که می‌دانم روزی در سرم منفجر خواهند شد.

دیروز تا ظهر چابهار بودیم. چهار تحویل سال بود و ما تا بعد از ظهر گرفتار لباسِ بلوچی هم‌سفرِ معمرمان بودیم که خودش سه هزار تومان پولِ دوخت برده بود و هزار تومان پولِ بندِ تنبانش شده بود!

همه گفتند که نروید به جاسک! یکی گفت حیفِ ماشین‌تان نیست؟ دیگری گفت نه ساعت راه است، آن یکی گفت شش ساعت و دیگری گفت راحت دو ساعت و نیمه می‌رسید، مستکیم اگر بروید زود می‌رسید! به هیچ حرفی نمی‌شد اطمینان کرد. به امیدِ خدا راه افتادیم. سه بود به گمانم. سیصد و بیست تا داشتیم به جاسک که پدرمان را در آورد. نزدیکی‌های کنارک کج کردیم به سمت کهپر. جاده‌ی ساحلی کنار کنارک را آب برده بود کلاً! یعنی تبدیل شده بود به یک خطِ زائدِ پایین نقشه. رفتیم کهپر و طوفانِ شن شروع شد. گاهی وقت‌ها ده‌متری‌مان را نمی‌دیدیم اما مجبور بودیم صد و بیست تا برویم تا به شب نخوریم. سرعت را می‌رساندم به صد و شصت تا، ناگهان چشمم می‌افتاد به یک فرورفته‌گی، می‌زدم روی ترمز. بعضی وقت‌ها بریده‌گی طوری بود که باید دنده عقب می‌رفتم و می‌انداختم روی گوشه‌های چاله‌ها. یکی دو جا را اگر نایستاده بودم ماشین قطعاً چپ می‌کرد.

به یک دو راهی رسیدیم. از راهِ تمیزتر رفتیم که فهمیدیم فرعی بوده اما تازه به‌ش رسیده بودند. برگشتیم سر دوراهی و ایستادیم تا ماشینی رد شود و از او مسیر را پرسیم. عاقبت بعد از ده دقیقه توقف از بنده‌خدایی مسیر را پرسیدیم و راه افتادیم. ده متر، دقیقاً ده متر جلوتر، بلوچی خاک‌آلود کنار کپری نشسته بود و دست‌مالش را دور پاهایش گره زده بود و صندلی بلوچی ساخته بود و در قابلمه‌ای آب می‌فروخت! طوفانِ شن او را از چشمِ ما مخفی کرده بود!

تحویل سال را توی ماشین بودیم. پیامِ آقای خاتمی را نیز از صدای بلوچستان شنیدیم. پیامی که ده کیلومتری طول کشید. خاکی و مملو از طوفانِ شن!

نمی‌شد بایستیم. چاره‌ای هم نداشتیم. پلوماهی را هم‌سفران در حال حرکت خوردند. ماهی شوریده‌ی دریای عمان را که از اسکله‌ی صیادیِ رمین همین صبح خریده بودیم. چاره‌ای نداشتیم نمی‌توانستیم بایستیم تا بخوریم. از ترس ماندن شب در بیابان. به حرفِ هیچ‌کس نمی‌شد اطمینان کرد. مسوول پمپ بنزین می‌گفت راه تا جاسک خراب است. زیاد که پاپی‌اش شدیم جواب‌مان داد گفت من تا هفتاد کیلومتری این‌جا بیش‌تر نرفته‌ام.

سه رودخانه داشتیم در مسیر که هر سه پل نداشت! پس باید می‌ایستادیم، پاچه‌ها را بالا می‌زدیم، می‌رفتیم داخل آب و اگر آب تا زیر کمرمان بود، ماشین را در همان مسیر می‌رانیدیم. یک جا هم سمنی -تنها اتومبیل سواری غیر از مال ما در آن کویر- گیر کرده بود توی آب. انگار وسطِ مسیر رود، جایی دهان باز کرده بود و سمنی را گاز گرفته بود. مرد با کاسه‌ای سعی می‌کرد آب‌ها را بیرون بریزد. از آن طرف زن زارزار گریه می‌کرد. تویوتای وانتی خواست کمکش کند. طناب انداختیم و بکسل کردیم. شد غلامی که آب جو آرد، آب جو آمد و غلام ببرد! تویوتا هم گیر کرد. با هم‌سفرِ معمر پاچه‌ها را بالا زدیم و رفتیم کمک. هل دادیم، افاقه نکرد. هم‌سفرِ فریاد کشید: یا ع... یک‌هو تبدیلیش کرد به یا هو!!! گلی خنده‌ام گرفته بود. وسطِ آن همه اهل تسنن البته کارِ درستی کرده بود. خودشان یکی می‌گفت بسم الله، دیگری می‌گفت یا کریم که در ذهن ما کیوتری بود ریقو و یکی دیگر هم به یکی از اقطاب‌شان قسم می‌خورد. عاقبت هم‌سفرِ معمر با متدلوزی سکولار گفت یک، دو، سه... و البته افاقه نکرد! معلوم است که تا یا علی نگویی کار جلو نمی‌رود.

توی همین حیص بیص، مردم زن سمنی را در آوردند. مردم که می‌گویم یعنی هفت-هشت نفر سرنشینان دو-سه تا وانت. ناگهان دیدیم خاوری از راه رسید. خوش‌حال شدیم. من و هم‌سفرِ معمر دودیم که یارو را نگهش داریم. چند نفری دیگر نیز. اما یارو معطل نکرد. گازش را گرفت و رفت. چند تایی از جالافتاده‌های محلی هم اصلاً جلو نیامدند. به هر رو نمادیم تا ببینیم عاقبت سمنی را. پشت سر یکی از اهالی رفتیم و رودخانه را با صلوات و نذر و نیاز رد کردیم. و چه قدر سخت بود این کار. من که پشت فرمان بودم انگار روی یخ می‌سریدم. قلوه سنگ‌ها از زیر چرخ‌ها در می‌رفتند داخل آب و چرخ راه و بی‌راه می‌چرخید. وسط راه کامیون را گرفتیم، بوق خفنی برایش زدم. محل نگذاشت. به رودخانه‌ی بعدی که رسیدیم ایستادم وسط جاده تا اگر کامیون آمد پشت‌مان گیر کند و مجبور شود -در صورت لزوم- ما را در بیاورد. پنج دقیقه‌ی بعد رسید. معطل نکرد و انداخت توی شانه‌ی کج و معوج جاده. پریدم جلوش. دو سانتی‌ام زد روی ترمز. گفتمش که بایست. گوش نکرد و انداخت روی کناره‌ی جاده و ماشین ما را رد کرد. هم‌سفرِ معمر گفتش که لوطی صبر کن که اگر ما ماندیم کمک‌مان کنی. گفت دنبال من بیا رد می‌شوی. اما از بدترین جای مسیر رفت و ما هم با بدبختی از کناره‌ی دیگری از مسیر رد شدیم.

بگذریم بعد از این همه مکافات ساعت هفت شب یک ساعت بعد از تاریکی رسیدیم جاسک. بندری که نه هتل داشت، نه مسافرخانه. جایی پیدا کردیم به کمکِ ستادِ نوروزیِ هلال احمر. فردا پیرمردِ قلیانیِ سرای‌دار برای‌مان توضیح داد که خان اشرار قاچاق‌چی منطقه دو زن هستند که در حالی که همه با وانت قاچاق می‌برند، آن‌ها با کامیون قاچاق جابه‌جا می‌کنند و ما تازه دوزاری‌مان افتاد که آن کامیون چه کاره بوده است که سر تحویل سال گازش را گرفته بود! والا صنفِ بنی‌هندل این قدر بی‌وجدان نمی‌شود!

توی بم اولین چیزی که آدمی زاد را خوش حال می کند عقل است. عقل سعیدی کیا. پانصد نقشه گذاشته اند در ستاد بازسازی و گفته اند هر کسی هر کدام را که می خواهد انتخاب کند و وامش را بگیرد. وام هم در چند مرحله. بم را برای چندمین بار است که بعد از زلزله می بینم. در فاصله ای یک ساله از آخرین باری که دیدمش، تغییرات ستودنی است. ساختن یک شهر، کاری صعب و پیچیده است... مسجد جامع نماز خواندیم و یک بار دیگر ویرانه ها را گشتیم. مدام نگاهم به مردمان بود. احساس خویشتی عجیبی داشتم با آنها...

نمی دانم از کجا شروع کنم به نوشتن. تا حالا حدود ۲۷۰۰ کیلومتر رانده ایم. اما نه خیال کنی راندن از تهران تا قم اتوبانی. امروز از جاسک آمدیم تا میناب. با جاده ای مملو از به قول خودشان موج نما و آب نما! هر جا رودی جاده را بریده بود، جاده پنج شش متری پایین رفته بود و مجبور بودی بیاندازی در آن گودی تا دل و روده ات پیچ بخورد! و البته بدا به حال سرنشینان چرا که تو را دیگر این بالا و پایین رفتن ها آزار نمی دهد! سر ظهر سیریک بودیم. بندر سیریک و آن جا در مسجد موقوفه ای حاج مهدی صرافزاده نمازی به کمر زدیم. و عجب مسجدی بود. بزرگ و دل باز و خوش ساخت. به قول هم سفر معمر با کف کاشی سرامیک که توی آن گرما خیلی به تر از سنگ جواب می داد و مغازه های موقوفه که درآمدی جاری را برای مسجد تضمین می کرد. میانه ای راه میناب بودیم که یکهو دیدم چیزی جلویم پرت شد توی جاده. در فاصله ای اقلای نیم متری از زمین، وانتی تویوتا بدون ترمز از داخل خاکی پرت شد توی جاده. چهار وانت تویوتا با صد و بیست تا سرعت از داخل خاکی پیچیدند توی آسفالت؛ درست در فاصله ای پانصد متری بعد از ایست بازرسی. پشت هر کدام دو جعبه ی بسته بندی شده بود تقریباً به قاعده ای یک متر مکعب. ندید از روی دست به فرمان و سرعت و شباهت شان می شد فهمید که اشرارند. ماشین خوبی زیر پایم بود. خوش شتاب و برو. گازش را گرفتم و خودم را رساندم به فاصله ای ده متری آخری شان. می خواستم جلو بزنم که یکهو ترسیدم. وانگهی با خانواده بودیم. بعدتر هم سفر معمر گفت که کاش رفته بودیم یکی شان را از جاده بیرون انداخته بودیم. کم از یک کیلومتر در جاده راندند و با همان سرعت صد و بیست تا زدند به بیابان. تا هفت-هشت ده کیلومتر مسیرشان از گرد و خاکی که به هوا بلند می کردند پیدا بود. بعد رسیدیم به یک ایست بازرسی! برادران را توضیح دادیم که اشرار پیچیدند به سمت دریا و خلاص! درجه دار و سرباز به قدری خوش حال شدند که نگو و نپرس! از یک کمین دیگر هم نه قاچاقچی ها که آنها جان سالم به در برده بودند. یکی شان به ما گفت دزد نگرفته پادشاست و هم سفر زود جوابش داد که عجب تاج بخش هایی هستی شما! و سرباز به درجه دارها گفت که اشرار رفته اند و همه خوش حال شدند. حالا می توانستند با سرعت بیست کیلومتر در ساعت بیاندازند توی جاده و به نستین کمر بند گیر بدهند! و من تمام مدت داشتم در دلم کلنجار می رفتم که کاش می شد راننده ای اشرار بشوم. عجب شغل پرهیجانی بود... مثل فیلم معروف درایور! و این یعنی یک اتفاق بد که در این ملک راننده گی اشرار لذت بخش تر باشد از انجام وظیفه در نیروی انتظامی... انصافاً راه رفتن با سرعت بیست کیلومتر در ساعت با چراغ گردان روشن ولو با بنز الگانس، چه لذتی دارد در مقابل هیجان سرعت بالای صد و پنجاه در دل کویر؟!

(و این ها که نوشتم عسری است از خاطرات این سفر. تجربه ای حقیقی برای من که یقیناً روزی به کارم خواهد آمد. کجا؟ نمی دانم! کدام بخش؟ نمی دانم! کی؟ نمی دانم! اما خوب می دانم که داستان نویس اگر مرده ی سفر نباشد، داستان نویس نیست! -با تقدیم احترام به همه ی کلاس های داستان نویسی)



# ضمیمه شماره ۳

ردیف	نام کتاب	نویسنده	انتشارات	توضیحات
۱	سه دیدار با مردی که از فراسوی باور ما می‌آید	نادر ابراهیمی	سوره مهر	زندگی‌نامه‌ی حضرت امام (ره) [۲ جلد]
۲	مردی در تبعید ابدی	نادر ابراهیمی	روزبهان	زندگی‌نامه‌ی ملاصدرا
۳	بر جاده‌های آبی سرخ	نادر ابراهیمی	روزبهان	زندگی‌نامه‌ی میرمهنا دُغابی [۵ جلد؛ سه مجلد]
۴	جانستان کابلستان	رضا امیرخانی	افق	سفرنامه‌ی افغانستان
۵	نشت نشاء	رضا امیرخانی	قدیانی	نقد فضای علمی-آموزشی دانشگاه‌ها [مقاله بلند]
۶	از به	رضا امیرخانی	نیستان	داستان بلند
۷	داستان سیستم	رضا امیرخانی	قدیانی	حاشیه‌نگاری از سفر آقا به سیستم و بلوچستان
۸	هزار و سیصد و سمنان	-	میراث اهل قلم	حاشیه‌نگاری از سفر آقا به سمنان
۹	کاپوچینو در رام الله	سعاد امیری	روایت فتح	خاطرات یک زن فلسطینی از زندگی در مناطق اشغالی
۱۰	مدیر مدرسه	جلال آل احمد	مجید	ماجرای خواندنی مدیر شدن یک معلم با سابقه؛ جلال در طول داستان، با قلم بسیار عالی‌اش، تعداد قابل ملاحظه‌ای از مشکلات فرهنگی آن روزها - که بعضی‌شان تا حالا هم ادامه دارد - را بیان می‌کند.
۱۱	با سرودخوان جنگ در خطه‌ی نام و ننگ	نادر ابراهیمی		نویسنده به همراه ابراهیم حاتمی‌کیا و کمال تبریزی راهی جبهه شده، مشاهدات و تأملات خود و تقابل صریح مردم و شبه‌روشنفکران را به خوبی بیان می‌کند.
۱۲	توسعه و مبانی تمدن غرب	سید مرتضی آوینی	واحه	
۱۳	حلزون‌های خانه به دوش	سید مرتضی آوینی	واحه	
۱۴	آغازی بر یک پایان	سید مرتضی آوینی	واحه	
۱۵	ارتباط ایرانی	علی موذنی		رمان
۱۶	نه آبی، نه خاکی	علی موذنی	سوره مهر	رمان
۱۷	نامیرا	صادق کرمیار		
۱۸	نوش‌داروی طرح ژنریک	سید حسن حسینی		مجموعه شعر
۱۹	من او	رضا امیرخانی	سوره مهر	رمان
	روی ماه خداوند را ببوس	مصطفی مستور	مرکز	رمان
	اسماعیل	امیرحسین فردی	سوره مهر	رمان
	وداع با اسلحه	ارنست همینگوی	نیلوفر	رمان خارجی (به توصیه رضا امیرخانی)
	خداحافظ گاری کوپر	رومن گاری	نیلوفر	رمان خارجی (به توصیه رضا امیرخانی)
	شازده کوچولو	آنتوان دوست اگزوپری (ترجمه احمد شاملو)	شرکت سهامی کتابهای جیبی	داستان بلند خارجی

ردیف	نام سایت / وبلاگ	آدرس	توضیحات
۱	اسکالپل (یک آناتومیست فاندمنتالیست!)	<a href="http://beyzai.ir">http://beyzai.ir</a> <a href="http://scalpel.blogfa.com">http://scalpel.blogfa.com</a>	قلم چشم‌نواز، انتخاب موضوع عالی و توان تئوریک بالای نویسنده، ضعیف‌وی در روزرسانی مداوم سایت را می‌پوشاند؛ آرشیو وبلاگ منبعی غنی از یادداشت‌های بسیار خوب است.
۲	کیستی ما (نوشته‌های وحید یامین‌پور)	<a href="http://yaminpour.ir">yaminpour.ir</a> <a href="http://kistiema.blogfa.com">kistiema.blogfa.com</a>	مطالعه‌ی یادداشت‌های دکتر یامین‌پور، علاوه بر انتقال مفاهیم عمیق انقلاب اسلامی (با نگاهی متفاوت)، لحن کلام و قوت قلم بسیار خوبی به خواننده القا می‌کند. (مطالعه‌ی یادداشت‌های ایشان در گوگل پلاس نیز خالی از لطف نیست)
۳	دیر و دور (رضا پیران)	<a href="http://arpiran.blogfa.com">arpiran.blogfa.com</a>	رضا پیران، از کتاب‌خورهای معروف شیرازی‌ست؛ نگاه لطیف و قلم بسیار بسیار زیبایی دارد که آموختن از آن، نه فقط در نوشته‌های ادبی و دل‌نوشته‌ها، بلکه در نگارش هر متنی یاری‌رسان است.
۴	یک وجب دل (کبری آسوپار)	<a href="http://kaf-alef.persianblog.ir">kaf-alef.persianblog.ir</a>	خانم آسوپار (عضو سرویس سیاسی روزنامه‌ی جوان) علاوه بر درک عمیق میانی انقلاب اسلامی، جهت‌گیری سیاسی عاقلانه و منصفانه‌ای داشته، قلم بسیار بسیار گیرایی نیز دارند؛ به ویژه آنچه از طریق صفحه‌ی پلاس ایشان منتشر می‌شود، حائز نکات فنی و محتوایی نابی است که کمتر دیده و شنیده می‌شود.
۵	طنزهای یک م.ر.سیخونکچی! (محمدرضا شهبازی)	<a href="http://sikhoonakchi.blog.ir">sikhoonakchi.blog.ir</a>	طنزهای سیاسی بسیار پخته و جذاب نویسنده‌ی کتاب خواندنی ماه‌بندان، محمدرضا شهبازی.
۶	ارمیا (رضا امیرخانی)	<a href="http://Ermia.ir">Ermia.ir</a>	بخش قابل ملاحظه‌ای از نوشته‌ها به نقد و نظرهای درباره‌ی کتاب‌های امیرخانی اختصاص یافته (که در نوع خود، خواندنی و قابل استفاده‌اند)، اما آنچه بیشتر مد نظر است، سایر نوشته‌هاست که غالباً در ستون سمت راست آمده و به قلم استثنایی امیرخانی نگارش یافته است.
۷	به این ترتیب (دست‌نوشته‌های یک امید مهدی‌نژاد!)	<a href="http://omahdinejad.blogfa.com">omahdinejad.blogfa.com</a>	طنزهای مهدی‌نژاد، بیش و پیش از خندیدن و خنداندن، تکنیک‌های طنزنویسی را می‌آموزند؛ نوشته‌های وی، فرق طنز با هجو را نیز، به خوبی می‌نمایانند.
۸	مقالات وحید جلیلی	<a href="http://jalili-vahid.ir/?cat=3">jalili-vahid.ir/?cat=3</a> <a href="http://jalili-cinema.blogfa.com">jalili-cinema.blogfa.com</a>	قلم بسیار بسیار عالی و بیان صریح و دقیق واقعیت‌های مغفول مانده‌ی جبهه‌ی فرهنگی انقلاب اسلامی، بدیهی‌ترین ویژگی‌های نوشته‌های وحید جلیلی است.
۹	یکی حجاب	<a href="http://1hejab.persianblog.ir">1hejab.persianblog.ir</a>	دست‌نوشته‌های بسیار قوی و زیبای "یکی دختر! با چادری که محکمش در مشت می‌فشرد"

	نام نشریه	مدیر مسئول / سردبیر	توضیحات
۱	هفته نامه ۹ دی	حجه الاسلام حمید رسایی	
۲	ماه‌نامه داستان	محمدحسین بدری	
۳	همشهری ماه، پایداری، جوان	-	
۴	هفته‌نامه پنجره	علیرضا زاکانی	
۵	ماه‌نامه سینما رسانه	سید محمد حسینی	
۶	راه	وحید جلیلی	

---

پناه بر خدا از آن روزی که کسانی مسؤولیت‌هایی را در کشور به عهده بگیرند، در حالی که فهم سیاسی ندارند و قادر به تشخیص امواج سیاسی دنیا نیستند! این کار چه موقع باید انجام گیرد؟ در طول زندگی؛ بخصوص در دوره‌ی جوانی. محیط دانشجویی هم محیط خیلی خوبی است؛ محیط گرم و پرشوری است؛ از این موقعیت باید استفاده شود. گمانم در آن دیدار قبلی این نکته را به شما عرض کردم - اگر هم نگفتم، الان می‌گویم - که شما باید کمک کنید که به وسیله‌ی نشریات شما، دانشجویان قدرت تحلیل پیدا کنند؛ یعنی مسائل سیاسی را بفهمند و اصلاً متوجه شوند که این موج سیاسی چیست؛ این کسی که الان این اقدام را می‌کند، این حرف را می‌زند، این حرکت را می‌کند، برای چیست؛ یعنی قدرت تحلیل سیاسی پیدا کنند؛ پشت این پرده‌ی ظاهر را مشاهده نمایند. در اوقات فراغت، دانشجویان مسائل علمی و فرهنگی را دنبال کنند. (۷۷/۱۲/۴)

---