

۱- چرا نشریه؟

برای شروع هر کاری باید به سوالات متفاوتی پاسخ گفت تا راه خود را هموار نماییم و به موفقیت دست یابیم. یکی از این سوالات کلیدی فلسفه و چرایی است. در این مجال اندکی در رابطه با چرایی راه اندازی نشریه دانشجویی می پردازیم.

۱-۱- جریان سازی فکری و فرهنگی در محیط دانشگاه و جریان دهی به مسائل دانشگاه

در دانشگاه مسائل بر اساس جریان فکری حاکم بر فضای دانشجویی به وجود می آید. حال بستگی دارد چه کسی این فضای فکری را ایجاد کند و برای آن محتوا تولید کند. ساده ترین راه برای تحقق آن نشریه است. از سوی دیگر مسائلی وجود دارد که ما برای تحقق آنها باید از مسئولین مطالبه کنیم. یکی از زمینه های مطالبه گری، داشتن یک نشریه ی خوب است.

۱-۲- هویت نشریه و اعتبار آن نسبت به سایر وسایل ارتباطی

شاید هیچ ابزار ارتباطی به اندازه ی نشریه اعتبار و فراگیری نداشته باشد. زیرا نشریه یک ابزار ارتباطی مادر است که می تواند تامین کننده ی محتوا برای سایر فضاها ی ارتباطی از قبیل سایت و شبکه های اجتماعی باشد. اعتبار نشریه به آن است که بر اساس زمان انتشار، چاپ و توزیع می شود و یک تیم فکری و اجرایی پشتوانه ی آن هستند. حال هر چقدر زمان انتشار منظم تر و پیوستگی مطالب آن بیشتر باشد هویت آن و به طبع تاثیر گذاری آن بیشتر خواهد بود.

۱-۳- تریبونی برای بیان مواضع و دیدگاه ها

گاهی بیان دیدگاه ها و مواضع نیاز به مقدمه و تبیین دارند تا بتوانیم درست آنها را انتقال دهیم. از این رو نمی توان آنی و دفعی آنها را انتقال داد و نیاز است تا در بیان دیدگاه ها، پیوستگی و استمرار داشته باشیم. نشریه این امکان را برای ما فراهم می کند.

نشریه هم چنین می تواند اتمام حجتی در رابطه با مسائلی باشد که اگر توجهی به آن ها نشد، راه را برای اقدامات بعدی مثل تجمع و تحصن هموار کند.

۴-۱- تربیت نیرو

یکی از فلسفه های وجودی مهم هر تشکل انقلابی دانشجویی، تربیت نیرو و کادر سازی برای نظام جمهوری اسلامی در ابعاد مختلف فکری، فرهنگی و اجرایی است.

نشریه، بستری برای آشنایی با محیط کار اجرایی و تعامل یک کار جمعی جهت رسیدن به یک هدف مشترک را فراهم می سازد. از این رو دانشجو هم می تواند نیاز و میل مخاطب خود را بشناسد و شناخت و فهم خود را در رابطه با مسائل مختلف فرهنگی و اجتماعی محیط خود ارتقاء دهد و ارتباط نزدیکی با مخاطب برقرار نماید.

در واقع می توان گفت نشریه فرصتی برای آزمون و خطا است برای ورزیده شدن قلم و بیان، تا مهارت و تخصص لازم را برای محیط بزرگتر بدست آوریم.

از سوی دیگر برای انتشار یک نشریه نیاز به برنامه ریزی، هماهنگی و تقسیم کار وجود دارد و این خود باعث تقویت دانشجو جهت اداره ی امور اجرایی می شود.

۵-۱- فراگیری مخاطب با هزینه ی کم

یکی از مزیت هایی که ابزارهای ارتباط جمعی نسبت به حضور چهره به چهره دارند فراگیری مخاطب است. نشریه در محیط دانشگاه بیش از سایر ابزار های ارتباط جمعی می تواند فراگیری مخاطب داشته باشد.

۶-۱- بهترین روش برای اطلاع رسانی و تبلیغ

نشریه می تواند بهترین و معتبرترین روش برای تبلیغ و اطلاع رسانیِ فعالیت های تشکل باشد و نیاز مجموعه به پوستر و تراکت و بسیاری از فعالیت های رسانه ای را برطرف می سازد.

۷-۱- تضارب آرا و دفاع از دیدگاه های خود

تشکل ها و گروه های مختلف فکری در دانشگاه وجود دارند که ممکن است دیدگاه های متفاوتی با تشکل ما داشته باشند و به بیان دیدگاه ها و نظرات خود در قالب نشریه و یا رسانه های دیگر بپردازند.

از این رو این جهت گیری فکری اگر جواب داده نشود و یا به تبیین دیدگاه درست پرداخته نشود ممکن است بر فضای دانشگاه تاثیر گذار باشد. این جواب نیاز است گسترده و دارای سندیت باشد تا با اعتبار بیشتری ارائه شود. رسانه ای که این امکان را برای ما فراهم می کند، نشریه خواهد بود.

۸-۱- روشی با ضریب خطای پایین و با صراحت بالا

در هر قالب ارتباطی ممکن است کج تابی و یا فهم اشتباه در رابطه با مفهومی که می خواهیم ارائه کنیم وجود داشته باشد. هر چه قالب ارتباطی پیچیده تر باشد و نیروی انسانی و ابزار بیشتری در انتقال آن دخیل باشند، ممکن است سوء برداشت بیشتری به وجود بیاید.

در رابطه با نشریه چون با بیان سر و کار دارد، می توان گفت که قالب نشریه و نوشتار کمتر از دیگر قالب ها موجب سوء برداشت می گردد.

۹-۱- ارتباط با اساتید

از نشریه می توان در راستای ارتباط بهتر با اساتید بهره برد. مثلاً وقتی با اساتید مصاحبه ای صورت می گیرد، آنها با تشکل دانشجویی و نشریه ارتباط بهتری برقرار می کنند و این موجب غنای بیشتر کار تشکل در ابعاد مختلف فکری و اجرایی می گردد.

۲- با چه رویکردی منتشر کنیم؟

یکی دیگر از سوالات مهم برای شروع کار «چه؟» است. با این سوال ماهیت کار برای ما روشن خواهد شد که درباره کدام موضوع و برای تحقق چه هدفی می خواهیم کار کنیم.

۲-۱- تبیین گفتمان انقلاب اسلامی

گفتمان انقلاب اسلامی مولفه هایی مانند عدالت، آزادی و استقلال، مبارزه با ظلم و استکبار، توجه به محرومین و تکلیف گرایی دارد. از آنجا که مولفه های گفتمان انقلاب اسلامی بر فطرت افراد استوارند، با توضیح منطقی آنها مخاطب به راحتی به سمت آن کشیده می شود.

این مباحث الزاما برای یک نشریه ی تحلیلی، سیاسی و فرهنگی نیست. در یک نشریه علمی و تخصصی هم می توان به نوعی این موضوعات را مطرح نمود.

به عنوان مثال در نشریه ی علمی می توان قسمتی را قرار داد که سخنان بزرگان انقلاب (امام، آقا، شهید بهشتی، شهید مطهری، شهید چمران، شهدای عرصه ی علم و ...) در آن باشد تا افراد با نوع نگاه این بزرگان به مسیر توسعه و پیشرفت آشنا شوند.

۲-۲- مطالبه گری

شاید هیچ راه و روشی به اندازه ی مطالبه گری برای تحقق اهداف وجود نداشته باشد. یک تشکل انقلابی باید چشم بیدار انقلاب اسلامی باشد و عملکرد مسئولین را زیر ذره بین خود قرار دهد. هر جا کم کاری در نیل به آرمان های بلند آن مشاهده کرد، از مسئولان امر عمل به وظایفشان را مطالبه کند. و این روح مطالبه گری را در جریان دانشجویی بدمد. ما هم چون صاحبان خانه ی انقلاب باید نسبت به مشکلات دغدغه ی بیشتری داشته باشیم.

در بیان مطالبات نیز نباید دچار صنفی زدگی یا سیاست زدگی یا محدود شدن به یک موضوع خاص شویم و باید دغدغه های خود را با ترتیب اولویت بیان کنیم.

۲-۳- خبررسانی

یکی از کارکرد های اولیه ی نشریه، خبر رسانی است که علی رغم گسترش وسایل ارتباط جمعی هنوز یکی از مهمترین کارکرد های نشریه، محسوب می شود زیرا انسان ها نیاز دارند تا در مورد محیط پیرامونشان اطلاعات بدست آورند.

از این رو یکی از ویژگی هایی که می تواند برای نشریه جذب مخاطب کند خبر رسانی است. خبر، سریع مخاطب را جذب می کند زیرا مختصر بوده و راحت خوانده می شود. در خبر رسانی باید به ارزش های خبری توجه کنیم و از سوی دیگر مخاطب خود را نیز بشناسیم و به نیاز، میل و سلیقه ی آنها نیز توجه کنیم و اثر روانی مطلوبی را بر مخاطب بگذاریم.

۲-۴- معرفی الگوی فکری و شخصیتی

آشنایی با زندگی شخصیت های موثر، به انسان ها جهت و هدف می دهد، انگیزه می دهد تا در راه اهداف خود تلاش کنند.

بر هر دانشجوی انقلابی فرض است تا تجلیلی هر چند کم از شخصیت های علمی، فرهنگی و مبارزاتی اصحاب انقلاب داشته باشد تا از این مجال هم به ترویج افکار و اندیشه های آنان پرداخته باشد و هم آشنایی دانشجویان را با این شخصیت ها کامل نماید و هم فرازی از تاریخ انقلاب اسلامی را در قالب زندگی نامه ی بزرگان بیان کند.

۲-۵- روشن گری

احمد شاملو، اخوان ثالث، پروین اعتصامی، فروغ فرخزاد، نیما، جلال آل احمد و صادق هدایت و دیگران را چقدر می شناسیم؟

تقریباً همه ی آنچه در مورد این شخصیت ها در ذهن مان نهاده شده - درست یا غلط، راست یا دروغ - محصول تاریخ نگاری جریان روشنفکری است؛ و طبیعتاً در این تاریخ نگاری، خیلی از حقایق پنهان مانده یا کمتر بیان شده، یا خیلی اتفاقات به دروغ نقل شده، اغراق شده، خیلی ها به ناحق تخریب و عده ای دیگر به ناحق تطهیر شده اند.

خلاصه آن‌که بسیاری از شخصیت‌های تاریخ معاصر، آغشته به تصرف، تلخیص و گاهی تحریفات جریان روشنفکریست. فرو ریختن هیمنه‌ی پوشالی بسیاری از به اصطلاح قهرمان‌های روشن‌فکرنا و معرفی قهرمانان بایکوت شده، قدم بلندی است در راستای پالودن اذهان عمومی دانشگاه.

۳- چه بنویسیم؟

۳-۱- مواضع و دیدگاه‌های تشکل

در دانشگاه به دلیل پویایی که وجود دارد همواره مسائلی وجود دارد که نیاز است تا ما در رابطه با آن موضع خود را بیان کنیم.

هر تشکل دغدغه مند باید در رابطه با مسائل علمی، صنفی، سیاسی و اجتماعی در دانشگاه خود به بیان دیدگاه خود بپردازد. البته گاهی برخی از نظرات و تفکرات تشکل بنیادی است و نیاز به تبیین همیشگی دارد. نیاز است تا تشکل یک راه رسمی برای بیان رسمی مواضع خود داشته باشد.

بهترین قالب که می‌تواند تکمیل‌کننده سایر روش‌ها نیز باشد نشریه است. همان گونه که گفته شد نشریه سندیت، هویت و اعتبار بیشتری دارد که خود نیز موجب اعتبار تشکل می‌گردد. اما باید توجه داشت که همه آن‌چه که در نشریه منعکس می‌شود، عیناً به عنوان موضع تشکل تلقی می‌شود و از این رو در انتخاب مطلب باید جوانب مختلف را سنجید.

۳-۲- مسائل علمی کشور

نگاه یک تشکل انقلابی به مقوله علم با یک گروه صرفاً علمی متفاوت است. یک گروه صرفاً علمی هدف خود را در برگزاری کلاس و ارائه یک مقاله علمی جستجو می‌کند. اما یک تشکل انقلابی باید به دنبال مطالبه‌گری در حوزه‌های آموزشی و پژوهشی برای حل مشکلات علمی کشور و برقراری رابطه آن با فرهنگ، مدیریت اجرایی کشور، صنعت و تولید بر اساس نیاز کشور باشد.

۳-۳- سیاست

اطلاع رسانی از وقایع و رخداد‌های سیاسی در سطح کشور و جهان و تبیین صحیح فضای سیاسی کشور برای افزایش سطح تحلیل سیاسی دانشجویان از امور مهمی است که باید به آن اهتمام داشت. البته این امر باید به دور از سیاست زدگی و فعالیت‌های حزبی و جناحی باشد، چرا که از هدف اصلی خود باز می‌مانیم و منجر به تشنج در محیط دانشگاه و چند قطبی شدن فضای دانشگاه می‌گردد.

۳-۴- توجه به مسائل فرهنگی و هنری

در مساله فرهنگ اول از همه باید بدانیم که کار فرهنگی زمان بر است و دایره مسائل آن بسیار گسترده است. بنابراین در زمان کوتاه دانشجویی باید اولویت‌ها را در نظر گرفت و باقی مسائل را در اصلاح ساختارهای بیرون از دانشگاه جستجو کرد.

معمولاً وقتی سخن از فرهنگ و مسائل فرهنگی می‌رود ذهن دانشجوی مذهبی سراغ پرداختن به مسائل مذهبی می‌رود اما باید دانست گستره آن بسیار بیشتر است و در جامعه امروز توجه به آنها لازم و ضروری است مانند سینما، تلویزیون.

این نکته بسیار مهم است که تشکل‌ها همواره به دنبال بیان نمودن مسائل فرهنگی کلان هستند و از مواردی که به نظرشان کم ارزش است پرهیز می‌کنند لذا اولاً باید دانست که هیچ مسئله‌ی فرهنگی را نباید دست کم گرفت و ثانیاً باید توجه داشت که کدام مسئله فرهنگی نیاز محیط ماست.

۳-۴-۱- سینما

بی‌شک مهمترین و تاثیر گذارترین ابزار فرهنگی و هنری در جهان امروز سینماست. از چند جهت بررسی یک اثر سینمایی در نشریه مهم است:

۱- سینما مخاطبین بسیاری دارد و اینکه در رابطه با اخبار و اطلاعات آن خبر رسانی کنیم در جذب مخاطب موثر است.

۲- اینکه یک اثر سینمایی در نشریه نقد و تحلیل شود منجر به آن خواهد شد که به مخاطب بگوییم بی تفاوت و منفعلانه از فیلم تاثیر نگیر زیرا عوامل فیلم با تکنیک‌های مختلف به القای پیام‌های خود می

پردازند که در نگاه اول قابل درک نیستند و نیاز است تا با تفکر و اندیشه با زوایای پیدا و پنهان فیلم آشنا شویم تا به درستی پیام فیلم را دریابیم.

۳- امروز نیروهای انقلاب نسبت به سینما توجه کمی دارند، در حالی که نیاز است تا بسیاری از پیام های انقلابی از این طریق ارائه شود. از این جهت با توجه به سینما در نشریه ضمن آشنایی مخاطبین با آن می توانیم ضرورت و اهمیت پرداختن به آن را برای آنها تشریح کنیم شاید این رهگذر موجب جذب دغدغه مندان انقلاب به این حوزه گردد.

۳-۴-۲- صدا و سیما

یکی از نظراتی که در بین نیروهای انقلاب وجود داشته است این بود که چون ریاست صدا و سیما توسط رهبر انتخاب می شود نباید از آن انتقاد نمود زیرا این موجب تضعیف رهبری می گردد. اما این نظر توسط رهبر انقلاب به چالش کشیده شد. ایشان در این باره فرمودند: «انتقاد شما از صدا و سیما مطلقاً به رهبری منتقل نمی شود. شما حق دارید انتقاد کنید؛ هیچ اشکالی ندارد.» (دیدار دانشجویی سال ۸۷)

از این رو توجه به رسانه ملی و برنامه های آن یکی از الزامات تشکل های انقلابی در دانشگاه است زیرا رسانه ملی زبان گویای نظام در بیان آرمان ها و ارزش های آن است حال اینکه چه اندازه به این وظیفه خود عمل می کند باید زیر ذره بین تشکل های دانشجویی باشد تا پیشنهادات و انتقادات لازم را بیان کنند.

۳-۵- توجه به مسائل دانشگاه و موضوعاتی که برای دانشجویان اهمیت دارد

وقتی نشریه ای برای یک مخاطب خاص تهیه می شود باید از موارد عمومی که در سطح دیگری اطلاع رسانی می شود پرهیز شود.

یکی از ارزش های خبری مجاورت است. یعنی افراد دوست دارند اخباری را به دست آورند که در مجاورت آنهاست. از این رو پرداختن به مسائل دانشگاه و دانشجویان در نشریه اولویت و اهمیت بیشتری دارد.

۳-۶- مسائل صنفی دانشجویان

نشریه هر دانشگاه باید شامل دغدغه‌های دانشجویان همان دانشگاه باشد. در غیر این صورت تحریریه نشریه برای خودش می‌نویسد و لاجرم خودش نیز باید آن را بخواند. از این رو باید به بیان دغدغه‌های دانشجویان و مسائل صنفی پرداخت که در همراه کردن دانشجویان با نشریه بسیار مؤثر است.

با فرض وجود شورای صنفی، هر تشکلی می‌تواند جهت تحقق مطالبات صنفی دانشجویان، با پیگیری قاطعانه و منطقی مطالبات صنفی و یادآوری و پیگیری مطالبات فراموش شده صنفی به شورای صنفی کمک نماید.

البته نباید فراموش کرد که در حوزه مسائل صنفی اولویت این است که با تعامل با مسئولین مشکلات حل شوند و در غیر این صورت در نشریه مطرح شوند.

۴- قبل از شروع

۴-۱- برای که منتشر کنیم؟

قبلا از آنکه بخواهیم نشریه ای راه اندازی کنیم باید بدانیم که مخاطب این نشریه کیست؟ و برای چه کسانی با چه نیازی و با چه میل و ذائقه ای می‌خواهیم نشریه منتشر کنیم. در ادامه به چند نکته برای شناخت مخاطب اشاره می‌کنیم.

۴-۱-۱- تعامل رو در رو و گفتگو با افراد مختلف محیط دانشگاه.

۴-۱-۲- توجه به اینکه چه برنامه هایی بیشتر دانشجوی ها را جذب می کند و ریشه یابی آن.

۴-۱-۲- فضای نشریات دانشگاه تان را رصد کنید:

همه ی نشریات دانشگاه را مطالعه کنید. دنبال چیزی بروید که در فضای دانشگاهی شما جایش خالی باشد.

۴-۲- مشخص کردن منابع مالی

ارزیابی کنید که به چه مقدار پول برای چاپ هر شماره نیاز دارید. منابع مالی تان را پیدا و مشخص کنید. آیا خود دانشگاه بودجه ای به شما تخصیص می دهد؟ آیا نهاد یا ارگانی کمکتان می کند؟ آیا با تبلیغات می توانید کسب در آمد کنید؟ هزینه هایتان را مشخص کنید. هم هزینه های چاپ و هم هزینه ای که برای گردآوری مطالب تحمل می کنید. بعد دنبال منبعی برای تامین هزینه ها باشید.

۳-۴- با اساتید مشورت کنید

وقتی هدف‌تان را مشخص کردید با اساتیدی که می‌دانید در این راه با شما هم‌راستا هستند مشورت کنید و از نظرات آنها استفاده کنید. اگر دانشگاهتان رشته‌ی روزنامه‌نگاری دارد اول از همه سراغ اساتید روزنامه‌نگاری بروید و ازشان راهنمایی بخواهید.

سراغ اساتید رشته‌هایی بروید که مرتبط با موضوع شما هستند. اساتید جامعه‌شناسی نیز ایده‌های خوبی برای تاثیرگذاری بر دانشجویان دارند. اساتید زبان را نیز فراموش نکنید. معمولاً کسانی که زبان دوم و سوم را به صورت علمی می‌آموزند با دنیای وسیع‌تری آشنا هستند و می‌توانند پر از ایده باشند. ضمناً از این اساتید بخواهید شما را به انجمن‌های رشته‌ی خودشان و به دانشجویان نخبه‌یشان وصل کنند تا بتوانید از ایده‌های آنها نیز استفاده کنید.

۴-۴- ابزارها و نرم‌افزارهای مورد نیاز خود را شناسایی کنید و بین آنها هماهنگی ایجاد کنید.

باید بدانید برای چاپ یک نشریه به چه فناوری‌ها و متخصصینی نیاز دارید. اول جایگاه خودتان را در نشریه معلوم کنید. اگر مدیر مسئول هستید به دنبال سردبیر باشید. سپس دیگر جایگاه‌ها را مشخص کنید و متخصص هر کار را سر جای خودش بگذارید. نیروهایتان را که جمع کردید وسایل کار هر شخص را برایش فراهم کنید. نرم‌افزارهای مورد نیاز برای هر متخصص را فراهم کنید.

سعی کنید از بهترین نرم‌افزار موجود برای آن کار استفاده کنید. مثلاً استفاده از گوگل داک بهتر است تا مایکروسافت ورد. یا این دیزاین بهترین نرم‌افزار طراحی است. اگر می‌خواهید برای نشریه‌تان نیز سایت طراحی کنید حتماً از ورد پرس استفاده کنید. پس از شناسایی آنها باید بدانید رابطه منطقی بین آنها برقرار است یا خیر. مثلاً در چاپ ممکن است محدودیت‌هایی داشته باشید که در طراحی باید به آنها توجه کنید.

۴-۵- محصولی که می‌خواهید بیرون بدهید را مشخص کنید:

مشخص کنید که چه چیزی می‌خواهید بیرون بدهید. این کاری که می‌خواهید ارائه دهید چگونه است. چه فرمتی دارد. اصلاً چه چیزی می‌خواهید بگویید. این‌ها را باید اول کار مشخص کنید. اما در هر مرحله از کار نیز باید به خودتان یادآوری کنید چرا می‌خواهید نشریه چاپ کنید؟ فرمت‌تان را مشخص کنید:

۱- خبر: روی اخبار تا چه حد می‌خواهید تمرکز کنید. آیا نشریه صرفاً خبری است؟ روزنامه است، یا هفته نامه یا ماهنامه. شاید هم گاهنامه.

۲- تحلیلی - خبری: صرفاً تحلیل است یا خیر

۳- آثار هنرمندان: چه قسمتی از نشریه به چاپ آثار هنرمندان و نویسندگان (مثل نقاشی، داستان، شعر و...) اختصاص دارد.

۴- طنز: تا چه حد می‌خواهید به بحث مورد نظرتان طنز گونه نگاه کنید.

۵- هنر و عکاسی: این مقوله تا چه حد در نشریه ی شما جایگاه دارد.

مقولات دیگر را مشخص کنید.

۶-۴ جذب نیرو

۶-۴-۱ چطور نویسنده جذب کنیم؟

همه چیز یک نشریه نویسنده ی آن نیست. نیروهای زیادی نیاز است تا یک نشریه، نشریه شود. اول مشخص کنید چه نیروهایی در چه جایگاه هایی نیاز دارید. برای تامین نیرو از تشکل خود و یا تشکل های همسو بهره بگیرید. از آن ها بخواهید دانشجویان با استعداد را به شما معرفی کنند. از اساتید نیز می توانید کمک بگیرید. بسراغ جاهایی در دانشگاه بروید که با کارهای فرهنگی سروکار دارند، آنها بهتر می توانند به شما نیرو معرفی کنند. اول خیمه یتان را پابرجا کنید بعد زیرش آدم جمع کنید. وقتی هدفتان مشخص باشد آدم هایی که دور خودتان جمع می کنید سردرگم نخواهند شد. می توانید آگهی بزنید. منتها در آگهی هدفتان از چاپ نشریه را بیان کنید تا نیروهای علاقمند به کار مراجعه کنند.

برخی دیگر از راه های جذب نیرو:

۱- آگهی هایی در برگه های کوچک توزیع کنید و کارتان را با جملات جذاب و جالب بیان کنید تا دانشجویان را ترغیب به همکاری کنید.

۲- با دیگر نشریات تعامل داشته باشید. با نویسندگانشان ارتباط برقرار کنید، شاید کسانی باشند که دوست داشته باشند متفاوت از نشریات خودشان بنویسند. این دزدیدن نیروهای آنان نیست فقط به دیگران

فرصت انتخاب بیشتر می دهید. در ضمن نیروهایتان را مجبور نکنید فقط برای خودتان بنویسند، راحت باشید بگذارید برای دیگران نیز کار کنند.

۳- با نشریات همسوی خودتان تعامل کنید. مطمئناً می توانند به شما نیرو معرفی کنند.

۴- صرفاً به دنبال نویسنده نباشید. با دانشجویان رشته های هنری صحبت کنید. گرافیکست و نقاش و... را از بین دانشجویان همان رشته ها انتخاب کنید.

۵- در خود نشریه برای استخدام نیرو تبلیغ کنید. نظر سنجی راه بیاندازید تا قسمت های مورد علاقه ی دانشجویان را بفهمید بعد روی همان قسمت ها مانور بدهید و همین طور برای قسمت های ضعیف نیروی تازه نفس بیاورید.

۴-۶-۲- جایگاه های شغلی را مشخص کنید.

جایگاه های شغلی معمول در هر نشریه عبارتند از:

۱- مدیر مسئول: مدیر مسئول رهبر نشریه است و چهره ایست که دیگران نشریه را با نام او می شناسند. او جلسات را تنظیم می کند، استخدام نیرو را مدیریت می کند، با دیگر نشریات و انجمن ها و با دیگر دانشگاه ها تعامل می کند، قوانین مجله را با قوانین دانشگاه تنظیم می کند، به دنبال جذب بودجه است، مقررات نشریه را می نویسد و امور مالی را مدیریت می کند.

۲- سردبیر: در اصل رئیس نویسندگان، ویراستاران و طراحان است. وقتی مسئول نویسندگان نوشته ها را چک کرد به او می دهد تا بخواند. تمام صفحات را او کنترل می کند. بر طراحی ها نظارت دارد. بر نویسندگان نظارت دارد. به دنبال ایده های جدید است و برای رسیدن به این ایده ها بارش فکری راه می اندازد.

۳- ناشر: ناشر به بودجه ی نشر نظارت دارد. تبلیغات را مدیریت می کند. بر انتشار مجله نظارت دارد. مسئول توزیع یا فروش مجله است.

۴- مدیر ویراستاران: هر چیز نوشتنی ای که در نشریه است باید توسط ویراستاران ویرایش شود. ممکن است متون چند بار ویرایش شوند. ویراستاران باید مسئول داشته باشند تا تاییدیه ی نهایی را او صادر کند و سپس متون را به سردبیر برسانند. ویراستاری آنقدر کار مهمی است که معمولاً هر ویراستار ۲ صفحه، در نهایت ۴ صفحه ویرایش می کند. پس به نسبت صفحات نشریه تان ویراستار استخدام کنید.

۵- مدیر طراحی: یکی از مهمترین جایگاه های شغلی یک نشریه است. طراح یا طراحان مسئولیت سنگینی بر عهده دارند. مدیر طراحی باید ایده ی طرح را بدهد و طراحان باید طرح را پیاده کنند. اما در نهایت مسئولیت ها متوجه مدیر طراحی است. طراحی تک تک صفحات و قسمت به قسمت هر صفحه به عهده ی اوست. طراحی تبلیغات هم به عهده ی اوست. دقت کنید که طرح روی جلد آنقدر مهم است که باید یک شخص روی آن تمرکز کند و به این شخص طراحی های دیگر محول نشود.

۶- مدیر سایت: توصیه می شود بعد از چاپ چند شماره، سایت راه اندازی کنید. مدیر سایت باید بر طراحی سایت و متناسب با طراحی مجله نظارت کند. باید کلیه ی مطالب را پس از انتشار و به موقع داخل سایت قرار دهد. برای بالا رفتن آمار بازدید تلاش کند و در این راه با سردبیر هماهنگ باشد.

۷- مدیر مالی: اگر اینقدر نشریه ی بزرگی دارید که مدیر مسئول کارهای مالی را نمی تواند انجام دهد باید مدیر مالی استخدام کند. مدیر مالی باید کارهای مربوط به تبلیغات و فروش نشریه را نیز نظارت کند. برخی نشریات برای تامین هزینه هایشان کارهای اقتصادی می کنند، مدیر مالی مسئول این کارها نیز هست. مسئول مستقیم مدیر مالی شخص مدیر مسئول است، نه سردبیر.

دقت کنید که در مراحل اولیه ی راه اندازی نشریه تان نیاز به همه ی این جایگاه ها ندارید. گاهی اوقات چند نفر می توانند کار ده ها نفر را انجام دهند. برای راه اندازی یک نشریه ی کوچک دانشجویی ۳ نفر هم باشید کافی است ولی دقت کنید تنها نمی توانید.

۵- صفحه آرای

اولین تماسی که افراد با یک نشریه ایجاد می شود، ظاهر آن است که این تماس اولیه می تواند بین نشریه و مخاطب ارتباط برقرار نماید. برقرار کردن ارتباط بین فرم فیزیکی و محتوای مجله تکمیل کننده هم هستند تا آنجا که نمای کلی صفحه می بیان کننده مطلب است. صفحه آرای میزبان اهمیت و ارزش مطلب را به خواننده منتقل می نماید. دو هدف برای صفحه آرای وجود دارد

۱- جلب سریع خواننده به نشریه و یا قسمتی از آن. مثلاً با انتخاب یک عکس مناسب در کنار یک تیتر جذاب و یا یک تیتر جذاب با فضای سفید زیاد.

۲- تداوم توجه تا مخاطب برای خواندن رغبت پیدا کند. مثلاً با جای گذاری مناسب و فرم بندی درست سو تتر ها.

چند نکته برای یک صفحه آرای خوب

۱- طراحی جذاب برای لوگوی نشریه و انتخاب جای مناسب برای آن
لوگو باید بیان کننده نماد گرافیکی نام نشریه باشد. نام باید مشخص و چشمگیر باشد و همچنین به آسانی قابل شناسایی باشد.

۲- حواشی سفید یا سفید خوانی
فضاهای سفید به معنای غیر ضرور بودن آنها نیست بلکه برای چشم نواز شدن و پرهیز از تراکم و خفه شدن صفحات از آن استفاده می شود.
علامتی برای شروع و پایان مطلب و مشخص کردن یک متن از متن دیگر هستند. حواشی سفید با احاطه کردن نماد ها در صفحه به جذابیت و یکدستی تک صفحه ها و صفحات رو بروی هم کمک میکند.
سفید خوانی کنار صفحه باید یک هفتم کل ستون های مطالب صفحه باشد.

۳- عکس مرتبط
عکس، خواننده را به طور مستقیم در کوران حوادث قرار می دهد و در عین حال او را سرگرم میکند. همچنین عکس باعث از بین بردن حواشی و ابهامات احتمالی متن، سرعت بخشیدن به مطالعه و فهم مطلب و ایجاد رغبت و میل در مخاطب برای خواندن مطلب نیز می شود.
در قرار دادن عکس باید توجه داشته باشیم که در چاپ، عکس واضح باشد و اگر چاپ آن سیاه و سفید است حتما در طراحی عکس رنگی را سیاه و سفید کنیم.

۴- جا گذاری مناسب سو تتر ها
خواننده معمولاً پیش از آنکه مطلب را به طور کامل بخواند ابتدا به سو تتر ها توجه می کند و می خواند.
اگر سو تتر ها نمای مناسبی نداشته باشند او به آنها توجه نخواهد کرد

۵- داشتن تم کلی و دائمی برای نشریه
داشتن تم کلی باعث می شود تا خواننده در گذر زمان با نشریه آشنا شود و با آن ارتباط برقرار نماید و مطلب مورد نظر خود را بیابد این نکته مهم به ارزش و اعتبار نشریه می افزاید. از سوی دیگر تم کلی باعث سرعت کار طراحی نشریه می گردد و همچنین برای تامین محتوا نظم را بر نشریه حاکم می کند.

۶- انتخاب فونت مناسب

قلمی که برای نگارش متن مطالب، تیترو سو تیترو ... استفاده میشود معرف و نشان دهنده هویت نشریه هستند و انتخاب یا طراحی آن باید در این راستا باشد. تعداد فونت های مورد استفاده باید محدود باشد. در انتخاب فونت موضوع نشریه مهم است مثلاً برای بیان مطالب رسمی معمولاً از قلم های نازنین، میترا و زر استفاده می شود.

۷- زیر نویس ها را نزدیک تصاویر مربوط به خودشان قرار دهید. مطالب توصیف کننده تصاویر باید بخشی از تصویر را نشان دهند. شرح تصاویر در بالای آنها قرار نگیرد زیرا این مکان در جهت حرکت طبیعی چشم قرار ندارد.

۸- ستون های خوش اندازه. پهنای ستون را طوری انتخاب کنید که طول خطوط برای اندازه متن مورد استفاده مناسب باشد. ستون های کم عرض جذابیت بصری کمی دارند و ستون های عریض موجب دشواری برای خواننده می گردد.

۹- تیترو ها تا اندازه ای بزرگ شوند که عناصر دیگر را به هم نریزد و فضای سفید اطراف آن مناسب باشد.

۱۰- قطع و اندازه نشریه

قطع نشریه نکته اساسی در صفحه آرایی است که تابع سه چیز است.

۱- راحتی استفاده از آن ۲- همخوانی محتوای نشریه با قطع آن ۳- محدودیت های چاپ

باید در انتخاب قطع نشریه بسیار دقت نمود زیرا قطع نشریه مشخصه و هویتی است که باید همیشه ثابت بماند.

اندازه های بزرگ مانند بی ۳ برای تاکید بر روی تصاویر مناسب است و اندازه های کوچک مانند آ ۵ برای متن محور بودن و اندازه های متوسط مانند آ ۳ و آ ۴ برای ترکیب عکس و متن.

۶- چطور منتشر کنیم؟

۶-۱- سه قاعده برای چاپ نشریه:

۱- همه چیز را امتحان کنید

از همه ی چیزها بهره بگیرید. برای آغاز همه ی ایده ها خوب هستند. چیزی را نادیده نگیرید. کسی را نادیده نگیرید. خودتان را محدود نکنید و از تمام امکانات بهره بگیرید.

۲- بهترین های نشر کشور را جمع کنید

بهترین نشریات، کتب و آثار کشور را جمع کنید و از گروهتان بخواهید آن را مطالعه کنند تا رویکرد و سیاست هایی که این نشریات دنبال می کنند را بفهمید. کتاب هایی در رابطه با خوب نوشتن از جمله کتاب «درباره ی خوب نوشتن» نوشته ی ویلیام زینسر را مطالعه کنید. این کتاب به صورت اختصاصی به بحث هنر نوشتن غیرتخیلی پرداخته است و از جمله کتابهای معتبر و پرفروش در این زمینه در جهان است.

۳- خودتان بنویسید

مطالبی بنویسید که وقتی نشریه تان دست کسی رسید بگوید این نشریه اصل اصل است. اگر بدانید چه می خواهید و هدفتان چیست مطمئناً می توانید خودتان نیز در مورد هدفتان بنویسید. حرفی بزنید که برای دانشجویان تازگی داشته باشد، چیزی بنویسید که دغدغه ی دانشجویان باشد، روی چیزی کار کنید که هیچ کس تا بحال کار نکرده است. باید خاص باشید تا دیده شوید و فراموش نکنید بزرگ ترین ویژگی خاص بودن صداقت است. صادقانه بنویسید تا از دیگران متمایز شوید.

گاهی دیده می شود که نشریات دانشجویی به بیان روایات تثبیت شده ی یک موضوع می پردازند و به بیان روایت خود نمی پردازند. چیزی که در نشریات دانشجویی طراوت ایجاد می کند همین نگاه خود نویسنده است. این یک آسیب جدی است که یک نشریه دانشجویی به بیان یک سری مطالب عاریتی که از دیگران گرفته پردازد.

۶-۲- شماره ی اول را چگونه بنویسیم؟

لوازم مورد نیاز: نیروهای مشتاق و هزینه ها

راه پیروزی:

۱- فکر کنید در این شماره چه می خواهید بگنجانید. مهم نیست که چیز دندان گیری ندارید. از نوشته های پراکنده ی نیروهایتان استفاده کنید، بارش فکری بین شان راه بیاندازید و از ایده هایشان استفاده کنید. ماهانه جلسه بارش فکری بگذارید. از همه ی نظرات استفاده کنید. نظرات خوانندگان را نیز دخیل کنید. خودتان را محدود نکنید بگذارید همه راحت نظر دهند.

۲- اگر چند نفر با هم پیشنهاد دادند روی یک موضوع کار کنند بگذارید همه شان بنویسند. ذهنیات هرکس متفاوت است. اگر دیگر جای خالی در این شماره ندارید برای اینکه شخص ناامید نشود مطلبش را روی سایت یا وبلاگتان بیاورید. اینترنت هیچ وقت پر نمی شود. مطالب را بین ویراستاران تان تقسیم کنید. ماهانه ۵۰۰۰ کلمه برای ویراستاری برای هر شخص کافی است. در برخی مجلات نیز هر نویسنده یک ویراستار دارد. اگر بتوانید این طور کار کنید بسیار عالی است. زیرا کیفیت بالا می رود. از طرف دیگر به نویسندگانی که با مجله ی شما احساس غریبی می کنند، فرصت آشنا شدن می دهد.

۳- الف- برای هر مطلب مهلت زمانی مشخصی بگذارید. هیچ کس حق ندارد مطلبش را بعد از این زمان تحویل دهد. هرکس تاخیر داشت مواخذه می شود. مطالب باید به صورت نوشته ی اولیه، ویراست ثانویه و مطلب نهایی دست شما برسند. ویراستاران نیز می توانند برای نویسندگان زیر دستشان مهلت زمانی مشخص کنند. خوب باشید اما جدی باشید.

ب- در زمانی که نویسندگان می نویسند و طراحان طراحی می کنند شما روی چپش آن شماره ی مجله فکر کنید. از مسئول چاپ، توانایی ها و محدودیت های چاپ را بپرسید. اگر مجله در تاریخ مشخصی باید بیرون بیاید از چند روز قبل نسخه نهایی را به چاپخانه بسپارید و بر کارش نظارت کنید.

برای چاپخانه تان در مجله تبلیغ کنید تا تخفیف بگیرد. اگر شماره اول است بهتر است در تعداد محدود، با کاغذ ارزان و چاپ سیاه و سفید باشد. به دلیل کمبود بودجه در دانشگاه ها بهتر است مجلات دانشجویی را به غیر از طرح روی جلد که باید رنگی باشد، سیاه و سفید منتشر کرد.

ج- برای تبلیغاتتان قانون مشخص کنید. هرچیز تبلیغی را چاپ نکنید. به وجهه ی مجله تان ضربه نزنید.

۴- طرح کلی مجله را بریزید و از طراحان بخواهید طراحی کنند. اگر مطلبی از ستونی که برای آن در نظر گرفته شده بیشتر است مطلب را کوتاه کنید. هیچ وقت طرح مجله را بخاطر مطلبی خراب نکنید، مگر اینکه بگذارید طراحی را بعد از ارسال متون و طبق اندازه ی مطالب انجام دهید.

۷- ابقاء و پیشرفت

از ویژگی های یک نشریه تاثیر گذار تداوم انتشار آن است. البته هرچه این تداوم انتشار منظم تر باشد بهتر است. این به آن معنی نیست که صرفا به انتشار نشریه آن هم با هر مطلب خوب و بدی پردازیم بلکه باید این تداوم همراه با تکامل باشد.

تداوم انتشار موجب اعتبار نشریه است اما در نظر داشته باشیم که این بدان شرط است که کار ما قوت روز افزون داشته باشد و الا اگر نشریه امروز ضعیف تر از نشریه روز های گذشته باشد از اعتبار آن کاسته خواهد شد. باید توجه داشت لازمه تداوم انتشار همراهی مخاطبان و توجه به شناخت نیاز ها و سلاقی آنهاست.

۸- خواننده پیدا کن، مشهور شو

بعد از انتشار مهم ترین کار توزیع نشریه است. باید بدانید در دانشگاهتان کجاها مکان بهتری برای توزیع است. محوطه ی دانشگاه. مسجد یا نماز خانه، اتاق تشکل ها یا انجمن ها. داخل کلاس ها. کجاها دانشجویان بیشتر تمایل به خواندن مطلب دارند. باید این مکان ها را پیدا کنید. از این مکان ها غافل نشوید: کتابخانه ها، کلاس ها، کافی شاپ و تریای دانشگاه (البته اول اجازه بگیرید)، خوابگاه ها.

اگر توزیع مجله تان رایگان است که هیچ اگر هزینه دارد هزینه ای معقول و در حد وسع دانشجویان قرار دهید. بهتر است نسخه های اول را رایگان توزیع کنید اما برای نسخه های بعدی هزینه ای در نظر بگیرید. افراد برای کاری که رایگان به دستشان برسد کمتر ارزش قائل می شوند. داخل برخی نسخه ها طنز چاپ کنید و با استند آپ کمدی نسخه ها را پخش کنید.

برای نشریه تان در شبکه های اجتماعی صفحه ایجاد کنید و به صفحات دانشگاه متصل کنید. اگر دانشگاهتان در شبکه های اجتماعی صفحه دارد، صفحه اش را به صفحه تان اضافه کنید. در شبکه ها گروه، کانال و... ایجاد کنید

و از این طریق با دانشجویان تعامل ایجاد کنید و نشریه تان را معرفی کنید. شانس شناختن نشریه تان در شبکه های اجتماعی بیشتر از محوطه ی دانشگاه است.

نسخه های رایگان مجله تان را در اینترنت برای استفاده بگذارید. لیستی از ایمیل ها و شماره تماس اساتید و نخبگان دانشگاه تهیه کنید و نسخه ی هر ماهه را برایشان ارسال کنید. داخل سایتتان قسمت ثبت نام قرار دهید، مجله را رایگان برای هرکس که ثبت نام کرد ارسال کنید .

از این دست نشریاتی نباشید که وقتی یک شماره بیرون دادند تا ماه بعد و شماره ی بعد خبری ازشان نمی شود. کاری کنید که هر روز در ذهن ها باشید. نامتان تکرار شود. از جادوی شبکه های اجتماعی غافل نشوید .

محتویاتی جدا از محتویات مجله تهیه کنید و هر روز در سایت مجله تان و شبکه های اجتماعی منتشر کنید. هر هفته خبرنامه تهیه کنید و انبوه ایمیل کنید. بگذارید بدانند که شما ساکت نیستید و همیشه در صحنه هستید.

بهتر است یک نفر را مسئول به روزرسانی سایتتان کنید و شخص دیگری را مسئول شبکه های اجتماعی، صفحات، گروه ها و کانال هایتان .

نشریه تان می تواند نام گروهتان نیز باشد. با همان نام فعالیت موسیقایی بکنید تا بیشتر دیده شوید. اگر نشریه تان در مورد کمدی است و کار طنز می کنید، تئترهای طنز اجرا کنید. اگر نشریه تان علمی است از اساتید دعوت به سخنرانی کنید. اگر سیاسی است بحث های سیاسی و تریبون های سیاسی راه بیاندازید. خلاصه در هر باب که می نویسید در همان باب نیز عملی کار کنید، این ها به بیشتر دیده شدنتان کمک می کند.

کم کم تبدیل به یک گروه با ریشه در دانشگاه می شوید و دانشجویان نه تنها خواننده ی نشریه تان می شوند که برای همکاری با شما نیز اشتیاق به خرج می دهند. اما فراموش نکنید که کار اصلی شما نشریه است. کاری نکنید که نشریه تان به حاشیه رانده شود. شما این کارها را می کنید تا نشریه تان بیشتر دیده شود. نه اینکه نشریه تان زیر مجموعه ی اینکارها قرار گیرد. پس لقمه ی بزرگ تر از دهانتان برندارید. در حد توانتان کار کنید.

۹- توصیه های نهایی

۹-۱- نوآوری کنید

بارش فکری ایجاد کنید تا به ایده های جدید دست یابید. مثلاً برای فروش نشریه می توانید با یک کافی شاپ نزدیک دانشگاه قرارداد ببندید و نشریه تان را در آنجا بفروش برسانید. یا طرح روی جلد را در بیلборدهای کوچک به دیوارهای کافی شاپ نصب کنید. کاری کنید که میزهای کافی شاپ پر شود از نشریات شما.

۹-۲- آرشیو تهیه کنید

وقتی شروع به کار می کنید عمر نشریه تان را نمی دانید. شاید عمر نشریه تان یکسال باشد شاید هم تبدیل به نشریه ای مادام العمر شوید و نسل های بعد از شما نیز کارتان را ادامه دهند. در هر صورت فراموش نکنید باید از تمام نسخ آرشیو داشته باشید. از فعالیت هایتان در سایت و شبکه های اجتماعی نیز آرشیو تهیه کنید. نسخه ی PDF تمام شماره ها را داشته باشید. از تمام کارهای عملی ای که در کنار نشریه تان می کنید فیلم و عکس با نسخه ی کم حجم تهیه کنید و نگهدارید.

۹-۳- خود را از دردسرها دور نگه دارید: وارد جویهای ناصحیح در دانشگاه نشوید. وارد بحث های دردسر ساز نشوید.

۹-۴- به اصل توجه کنید: وارد حاشیه نشوید. اگر نشریه تان نیز جدی است با سند حرف بزنید. مستدل بنویسید. به اصل توجه کنید. صادقانه و مستدل.

۹-۵- صادق باشید: صداقت مهم ترین اصل است. صداقت را هیچ وقت فراموش نکنید. صداقت را فدای هیچ چیز حتی پول نکنید.