

ویژه نامه دوازدهمین همایش نمایندگان مدیران مسؤول
نشریات دانشجویی سراسر کشور - دانشگاه فردوسی مشهد
شماره دوم / ۴ اردیبهشت ۱۳۹۳

درد و آرد

معاون وزیر علوم، تحقیقات و فناوری:

نشریات دانشجویی همراه با فرهنگ نقادی باشند

سامانه نشریات دانشجویی کشور رونمایی شد



انتقادی و آموزش از طریق یادگیری است. معاون فرهنگی وزارت علوم افزود: نشریه دانشجویی از جمله علمی، فرهنگی، اجتماعی و... باید در جایگاه نقادی و البته نقد پذیری باشد، وی اضافه کرد: مسوولان هم باید نقد پذیر باشند. نشریات باید همراه با فرهنگ نقادی باشند.

فرهنگ نقد بدون اخلاق میسر نیست

دکتر هاشمی با اشاره به ضرورت برگزاری کرسی های آزاداندیشی گفت: کرسی های آزاداندیشی در دانشگاه ها به عنوان حوزه استراتژیک فعالیت می کنند و باید به آن توجه کرد. وی اضافه کرد: لبته فرهنگ نقد بدون اخلاق میسر نیست و نشریات نباید خلاف آداب و اخلاق باشند.

دکتر هاشمی در ادامه سخنان خود گفت: نشریات دانشجویی بستر اجتماعی شدن دانشجویان است، بنابراین تاثیر گذار است و عرصه تکاپوی فکری است. وی افزود: با توجه به این که در ایران مقالات و کارهای جمعی بسیار کم است، بنابراین فرهنگ کار جمعی با این نشریات درونی می شود. دکتر هاشمی ادامه داد: نشریات دانشجویی زمانی موفق می شوند که مخاطب شناسی خوبی داشته باشند.

معاون وزیر علوم در پایان به مدیران و مسوولین دانشگاه ها توصیه کرد: از کنترل های غیر ضروری پرهیز کنند و به دانشجویان نشریه نگاهی مبتنی بر بدبینی نداشته باشند.

در این مراسم از سامانه نشریات دانشجویی کشور رونمایی شد.

دوازدهمین همایش نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی کشور، روز گذشته با حضور بیش از ۳۰۰ نفر از مدیران مسؤول و کارشناسان نشریات دانشجویی کشور در هتل میثاق مشهد مقدس برگزار شد. به گزارش خبرنگار همایش دوازدهم، در ابتدای این همایش دکتر کافی، رئیس دانشگاه فردوسی مشهد ضمن خیر مقدم به میهمانان گفت: در حال حاضر سختی های انتشار نشریات دانشجویی افزایش یافته است و امیدوارم در مقطع فعلی همان طور که معاونت فرهنگی کشور در راه نشریات کمر همت بسته اند، همه راه ها هموار شود و موانع برداشته شود. دکتر کافی در پایان گفت: در مدیریت فعلی مهم ترین رکن دانشگاه، توجه به فعالیت های فرهنگی و اجتماعی و فوق برنامه دانشجویان است.

در ادامه همایش، دکتر میرزایی، مدیر کل اداره امور فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم گفت: نشریات دانشجویی باید سه گوهر کمیاب «مسئولیت پذیری»، «صداقت» و «اخلاق» را سر لوحه خود قرار دهند. دکتر میرزایی افزود: وزارت علوم در قبال نشریات دانشجویی دارای وظایفی است و ما در آغاز سال سرانه ای برای نشریات کشور به دانشگاه ها واریز کرده ایم.

سخنران بعدی افتتاحیه همایش مدیران مسؤول نشریات دانشجویی کشور، دکتر سیدضیاء هاشمی معاون فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بود. دکتر هاشمی گفت: نسل آموزش از بالا به پایین سال هاست که گذشته است و ویژگی آموزش مدرن، پرورش تفکر

اذان صبح: ۰۴:۱۳ ■ طلوع آفتاب: ۰۵:۴۷ ■ اذان ظهر: ۱۲:۲۹ ■ غروب آفتاب: ۱۹:۱۲ ■ اذان مغرب: ۱۹:۳۳ ■ نیمه شب: ۲۳:۴۳

روز نخست نگاه در یک نگاه



«پله دوازدهم»

ویژه نامه دوازدهمین همایش نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی کشور صاحب امتیاز: دبیرخانه همایش دوازدهم دبیر ویژه نامه: مصطفی شوشتری مدیر هنری: وحید صالحی نجف آبادی همکاران: عاطفه فیض، علیرضا صادقی، علی امیری



دوازدهمین همایش نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی سراسر کشور

یک پیشنهاد برای کارشناسان نشریات کشور

یکی دیگر از طرح های موفق خانه نشریات دانشگاه فردوسی مشهد، جشنواره رتبه بندی نشریات دانشجویی است که تاکنون ۱۲ دوره از آن برگزار شده است. خانه نشریات دانشگاه فردوسی به منظور ایجاد شرایط مناسب و قانونمند در عرصه نشریات دانشجویی، بهبود سطح کیفی و ایجاد زمینه مناسب برای ارائه تسهیلات به نشریات، طرح رتبه بندی نشریات دانشجویی را در هر سال تحصیلی دو مرتبه اجرا می کند.

در این طرح، نشریاتی مورد ارزیابی قرار می گیرند که در ۶ ماه گذشته حداقل یک شماره منتشر کرده باشند.

امتیاز نشریات از حیث محتوا، رعایت قواعد روزنامه نگاری، صفحه آرایی، اصول روزنامه نگاری، سابقه نشریه، تعداد عوامل دست اندر کار و انتشار منظم محاسبه می شود و براساس این امتیاز از تسهیلات مالی و حمایتی خانه نشریات برخوردار می شوند.

نیاز مخاطب؛ اساس سوژه یاب نشریات

دکتر محمد مهدی فرقانی

عضو هیئت علمی گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

«گزارش نویسی، شیوه ها و تکنیک‌های آن» عنوان مجموعه گفتارهایی است از دکتر محمد مهدی فرقانی. در ادامه به یکی از مهم ترین ابعاد هر گزارش یعنی سوژه یابی پرداخته شده است.

سوژه یابی در مرحله اول وظیفه دبیران سرویس یا سردبیران است. سوژه ای ممکن است برای روزنامه ایکس اولویت داشته باشد اما برای روزنامه ایگرگ اهمیت نداشته باشد. به دلیل سیاست و خط مشی و حتی نوع رسانه، سوژه ای که برای یک روزنامه اهمیت دارد ممکن است برای یک مجله هرگز اهمیت نداشته باشد. در مورد روزنامه کاربرد روزمره موضوع برای



مردم اهمیت دارد. یعنی این که چقدر می تواند به نیاز آتی مخاطب جواب دهد. نه تنها نیاز آتی که نیاز آتی اش هم تلفیقی از آن دو مهم است، همچنین اینکه چقدر به مسئله روز مخاطب می خواهد بپردازد. چقدر مخاطب بازتاب نیازها و خواست های خود را در آن موضوع می بیند، اگر امروز موضوع من گرانی است در ماه رمضان، سراغ دروازه های تاریخی تهران نروم. فراگیر بودن و در برگیری هم بسیار مهم است و این که سوژه مورد نظر چقدر می تواند طیف مخاطبان مختلف را پوشش دهد؛ چقدر مسئله اکثریت مخاطبان آن روزنامه است و اینکه چقدر به مسائل اساسی می پردازد. در مورد مجله ها تلفیقی از تفنن و اطلاع رسانی باید وجود داشته باشد. مجله بالذات تفننی تر از روزنامه است. روزنامه بیشتر کارش اطلاع رسانی و برآورده کردن نیاز یک بیست و چهار ساعت است. اما مجله عمر طولانی تری دارد و بیشتر با اوقات فراغت مردم سر و کار دارد، در نتیجه چه سوژه هایی که انتخاب می کند و چه نوع پرداخت آن سوژه ها باید ذوقی تر و تفننی تر و هنری تر از روزنامه باشد. مجلات معمولاً تعریفی از مخاطب خود دارند. آیا یک مجله علمی است یا عمومی. زمینه فعالیت مجله، خودش یک خاستگاه برای سوژه یابی است.

همچنین به این که موضوع ما در نشریات یا مجلات چقدر علمی باشد هم باید توجه شود. در هر حال ما در یک دنیای علمی زندگی می کنیم و گزارشگران باید دانشی در مورد موضوعی که می خواهند در مورد آن بنویسند داشته باشند. این دانش الزاماً ممکن است دانشی نباشد که به عنوان تخصص گزارشگر در یک رشته خاص مطرح است اما گزارشگر موظف است قبل از اینکه دست به تهیه گزارش بزند ادبیات آن حوزه و زمینه موضوعی را بشناسد و در مورد آن تحقیق کند. علمی شدن به معنای تخصصی شدن نیست بلکه به معنای بیان صحیح موضوع است. شرایط زمان و مکان برای تعیین سوژه خیلی مهم است. دوره حیات موضوعی که انتخاب می کند به خصوص برای مجله خیلی مهم است. روزنامه عمر مفیدش یک روز است اما یک مجله ممکن است یک هفته یا یک ماه عمر مفید داشته باشد، پس باید به سوژه هایی بپردازد که تا انتشار شماره بعد مجله، کهنه و بیات نشده باشد. اساساً در همه انواع روزنامه نگاری باید بین نیازهای آتی و آتی مخاطب، تناسب برقرار شود. بدون در نظر گرفتن نیازهای آتی مطلب ما مخاطب نخواهد داشت و بدون در نظر گرفتن نیازهای آتی رسالت خود را نمی توانیم انجام دهیم.

کاربرد صفت در روزنامه نگاری

دکتر حسین شهیدی

دکترای روزنامه نگاری از کالج سنت آنتونی دانشگاه آکسفورد

در گزارشی درباره محله ای در یک شهر ایران می خوانیم: "با بلند شدن صدای اذان، مومنان به سوی مسجد روانه می شوند." از خود می پرسیم: مگر کسی جز "مومنان" با صدای اذان به سوی مسجد می رود؟ تعداد این "مومنان" چند نفر است، و نسبت آن با تعداد ساکنان محله چیست؟ اگر تعداد و نسبت زیاد است، دلیل آن چیست، و اگر کم است چرا؟ تعداد و نسبت "مومنان" در محله ها و شهرهای دیگر چیست؟ گزارش به هیچ یک از این پرسش ها پاسخ نمی دهد، زیرا موضوع آن معماری محله و زندگی اقتصادی مردم آن بوده، نه میزان پایبندی آنان به شعائر دینی، و اشاره گذرا به اذان و نماز بخشی از توصیف صحنه، یا به تعبیر دیگر، "رنگ آمیزی" مطلب است.

پرسش برانگیختن در ذهن مخاطب می تواند هدف موجهی در روزنامه نگاری باشد، به شرط آن که روزنامه نگار دست کم مخاطب را در یافتن پاسخ راهنمایی کند. اگر نه ممکن است مخاطب موشکاف از روزنامه نگار گله کند که چرا به جای توصیف دقیق آنچه دیده، با به کاربردن صفت فقط قضاوت شخصی خود را به مخاطب منتقل کرده است. مخاطب کم توجه تر ممکن است گله ای نداشته باشد، اما احتمالاً چیز زیادی هم بر اطلاعاتش افزوده نشده.

اگر در گزارش گفته شده بود: "صدای اذان بلند می شود"، جمله ای کوتاه تر - ۴ کلمه، به جای ۱۱ کلمه - فرارسیدن زمان نماز را به مخاطب اطلاع داده بود، و او خود می توانست حدس بزند که معمولاً در این زمان چه تعدادی از مردم یک محل به مسجد می روند.

دو مشکل اطلاع رسانی ناقص و تحمیل نظر نویسنده بر مخاطب غالباً در کاربرد صفت دیده می شود. از یک سو، واژه ای که قرار است ویژگی

پدیده ای را بیان کند جای خود آن پدیده را می گیرد و نمی گذارد مخاطب با خود پدیده آشنا شود. از سوی دیگر، در حالی که توصیف یک پدیده، تصویری متعلق به مکان و زمانی خاص را در اختیار مخاطب می گذارد، بسیاری از صفت ها - بزرگ، کوچک، زشت، زیبا - "اندازه" مشخصی ندارند و تنها در مقایسه پدیده های گوناگون معنا پیدا می کنند. نویسنده با به کار بردن صفت، قضاوت خود درباره پدیده را به مخاطب منتقل می کند و فرصت ارزیابی پدیده و رسیدن به قضاوت شخصی را از او می گیرد.

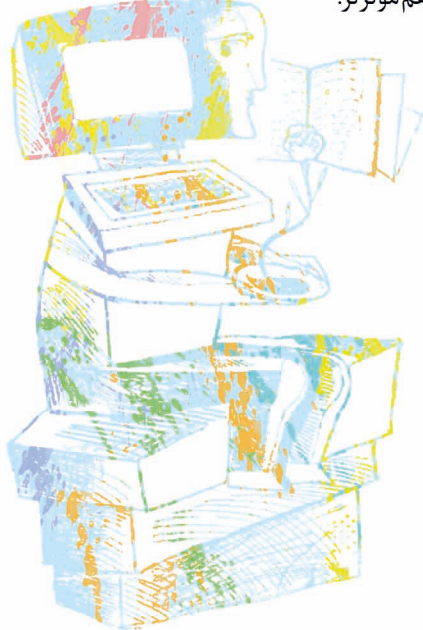
برای سنجش این که آیا صفت به جا به کار رفته یا بی جا، می توان پرسید که آیا مفهوم مخالف آن راهم می شد به کار برد، به گونه ای که هنوز معنی داشته باشد، یا خیر؟ اگر جواب منفی است، صفت را احتمالاً باید حذف کرد چون اطلاع تازه ای در باره موضوع خبر در اختیار مخاطب نمی گذارد. در مثال بالا، چون نمی توان گفت "با بلند شدن صدای اذان، کافران به سوی مسجد روانه می شوند"، می توان نتیجه گرفت که صفت مومن در این جمله بر آگاهی خواننده نمی افزاید. این آزمایش را در چند نمونه دیگر نیز می توان نشان داد:

در بسیاری از آگهی های تسلیت یا گزارش های خبری با عبارات "مرگ نابهنگام" روبرو می شویم. در جست و جویی در گوگل، ۱۱،۹۰۰ نمونه از این عبارت به دست آمد، که البته برخی از آنها تکرار متن واحدی هستند. آیا مرگ "به هنگامی" وجود دارد؟ از نظر چه کسی؟

هدف این یادداشت "منع" کاربرد صفت نیست. هیچ کس را نمی توان وادار کرد که واژه خاصی را به کار ببرد، یا نبرد. هدف آن است که خواننده ترغیب شود پیش از جادادن "صفت" به دنبال یک اسم، تا چه رسد به جای اسم، فکر کند که

آیا می تواند موضوع خبر را به دقت، و به اختصار، "توصیف" کند، تا هم مخاطب را از جزئیات آگاه کرده باشد و هم به او حق تصمیم گیری مستقل بدهد، یا خیر؟ اگر پاسخ منفی است، احتمال آن هست که نویسنده به اندازه کافی با موضوع آشنا نیست و به آن فکر نکرده؛ در نتیجه به جای طی کردن مسیر درست اطلاع رسانی، با به کار بردن صفت "میان بر" زده تا زودتر به مقصد برسد.

به کار بردن نابجای صفت عادت است که از نخستین مراحل آموختن نگارش در ذهن بسیاری از ما جا گرفته، زمانی که به جای توصیف دقیق موضوع باید صفحات انشاء را با زنجیره هایی از صفت های مترادف پر می کردیم. از این عادت، یا اعتیاد، تنها با آگاهی و تمرین می توان فاصله گرفت. "صفت" هنگامی که سرسری به کار گرفته شود، مانند هر ابزار دیگری، کارایی خود را از دست می دهد. با صفتی که به دقت انتخاب شده باشد می توان هم کوتاه تر نوشت، و هم موثرتر.



برنامه روز دوم همایش:

۷ تا ۸	۸ تا ۱۰	۱۰:۳۰ تا ۱۰:۳۰	۱۲:۳۰ تا ۱۲:۳۰	۱۴ تا ۱۴	۱۶ تا ۱۶:۳۰	۱۶:۳۰ تا ۱۶:۳۰	۱۹ تا ۲۱	۲۱ تا ۲۴
صبحانه	کارگاه ۱	پذیرایی	کارگاه ۲	نماز و نهار	کارگاه ۳	پذیرایی	معرفی کاندیداها	نماز و شام

برنامه روز سوم همایش:

۷ تا ۸	۸ تا ۱۲:۳۰	۱۴ تا ۱۴
صبحانه	انتخابات	نماز و نهار
		پایان همایش و حرکت به سمت حرم