

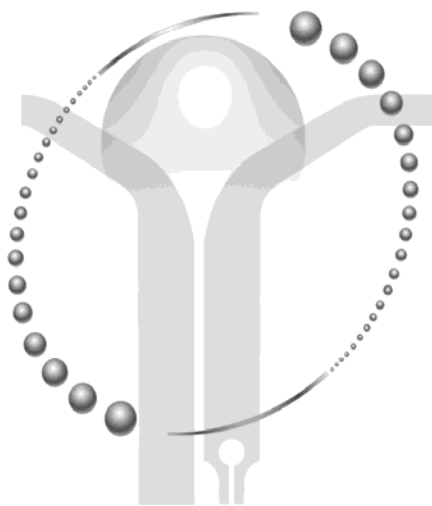


تقدیم به

همه از خود گذشتگان فرهیخته
و دانشجویان سبز سیرتی که
با نیستی خود، به ایران اسلامی
هستی شرافتمدانه بخشیدند.
یاد همه دانشجویان شهید میهن
گرامی باد.



نشریات دانشجویی
روزنامه نگاری



مؤلف:

امیر هوشنگ قلندری

به سفارش اداره نشریات دانشجویی
نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها

قلندری، هوشنگ، ۱۳۵۰

روزنامه‌نگاری در نشریات دانشجویی / مؤلف: امیر هوشنگ قلندری
به سفارش اداره نشریات دانشجویی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها
تهران، امیر هوشنگ قلندری، ۱۳۸۵

ISBN 964-06-9508-4

روزنامه‌نگاری -- فن.

نشریات دانشجویی -- ایران.

دانشجویان -- نشریات ادواری.

نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها، اداره نشریات دانشجویی

۸۰۸/۰۶۶۰۷

PN ۴۷۷۵ / ق ۸۹

۱۳۸۵

۳۱۳۲۶ - ۸۵ م

کتابخانه ملی ایران

نام کتاب: روزنامه‌نگاری در نشریات دانشجویی

مؤلف: امیر هوشنگ قلندری

ویراستار: امیر هوشنگ قلندری و مسیح عقیلی

صفحه آرایبی و امور هنری: کانون تبلیغاتی امیر ۰۹۱۱۱۵۲۳۱۵۰

ناشر: مؤلف

شابک: ۹۶۴-۰۶-۹۵۰۸-۴

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: دوم، بهار ۱۳۸۷

قیمت: ۴۶۵۰ تومان

تلفن پیشنهاد، انتقاد و سفارش: ۰۹۱۲۷۰۳۶۱۲۲

ISBN 964-06-9508-4

EAN 9789640695081

شابک: ۹۶۴-۰۶-۹۵۰۸-۴

ای.ای.ان: ۹۷۸۹۶۴۰۶۹۵۰۸۱

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵.....	فهرست.....
۱۱.....	دبیاچه.....
۱۶.....	مقدمه مؤلف.....

فصل اول – تاریخچه روزنامه نگاری

۲۳.....	تاریخچه روزنامه نگاری.....
۲۶.....	تاریخچه روزنامه نگاری در ایران.....
۲۷.....	تحول تدریجی در مطبوعات.....
۲۸.....	نگاهی بر نشریات دانشجویی.....
۳۰.....	خبرنگار حرفه ای کیست؟.....
۳۲.....	ارتباط چیست؟.....

فصل دوم – خبر

۳۵.....	خبر.....
۳۶.....	چند تعریف از صاحب نظران خبر.....
۴۱.....	خبر در نشریات دانشجویی.....
۴۲.....	ویژگی های نشریات دانشجویی.....
۴۲.....	رسالت اصلی حوزه خبر.....
۴۴.....	ارزش های خبری.....
۴۵.....	شهرت.....
۴۶.....	در برگیری.....
۴۸.....	برخورد، اختلاف و درگیری.....
۴۹.....	استثنا و شگفتی ها.....
۵۰.....	بزرگی، فراوانی و تعداد.....
۵۰.....	مجاورت.....
۵۲.....	زمان تازگی.....
۵۳.....	ارکان خبر.....
۵۸.....	سبک های خبر نویسی.....
۵۸.....	سبک هرم وارونه.....

۶۱ سبک تاریخی
۶۲ سبک تاریخی همراه با لید
۶۴ سبک پایان شگفت انگیز
۶۵ سبک بازگشت به عقب
۶۶ سبک تشریحی
۶۷ گزاره‌ها
۶۸ مراحل تنظیم خبر
۶۹ لید
۶۹ انواع لید
۷۹ نکات مهم در نوشتن لید
۸۰ تیتر
۸۱ ویژگی‌های تیتر
۸۲ انواع تیتر
۸۴ اجزای تیتر
۸۶ نقل قول
۸۹ عکس‌های خبری
۹۶ انواع شرح عکس
۱۱۰ منبع خبر
۱۱۲ نکات مهم در نگارش خبر
۱۱۳ عدد نویسی در خبر
۱۱۷ چند توصیه در خبر نویسی
۱۲۲ استفاده از مقیاس

فصل سوم = گزارش

۱۲۵ تعریف گزارش
۱۲۷ کاربرد گزارش در نشریات دانشجویی
۱۳۱ ویژگی‌های گزارش حرفه‌ای
۱۳۲ انواع گزارش
۱۳۲ گزارش خبری
۱۳۸ گزارش تحقیقی، اجتماعی
۱۴۲ گزارش از
۱۴۸ گزارش از شخص و اشیا

گزارش سفر	۱۵۵
تفاوت گزارش سفر و سفرنامه	۱۶۰
خاطره نویسی	۱۶۱
گزارش علمی و تخصصی	۱۶۴
گزارش تصویری	۱۶۶
گزارش سافت نیوز	۱۷۱
گزارش پیگیرانه و سلسله‌وار	۱۷۲
گزارش ریپرتاژ آگهی	۱۷۲
اخبار آبادانی و توسعه به صورت گزارش	۱۷۳
چگونه گزارش بنویسیم؟	۱۷۴
مراحل تهیه گزارش	۱۷۵
نقش گزارشگر	۱۷۹
ویژگی‌های گزارشگر حرفه‌ای	۱۸۰
لید نویسی در گزارش	۱۸۱

فصل چهارم – مقاله

تعریف مقاله	۱۸۵
انواع مقاله های مطبوعاتی	۱۸۸
سرمقاله	۱۸۹
یادداشت	۱۹۰
تفسیر	۱۹۱
تحلیل و تشریح	۱۹۵
نقد مطبوعاتی	۲۰۰
نقد فیلم و نمایش	۲۰۱
نقد کتاب و مقالات	۲۰۱
مقاله های تخیلی، داستانی و وصفی	۲۰۲
مقاله های تحقیقی، آماری، علمی و آموزشی	۲۰۲
ساختار مقالات علمی تحقیقاتی	۲۰۳
مراحل تنظیم مقاله در نشریات دانشجویی	۲۰۵
منابع تحقیق درباره موضوع و سوزنه مقالات	۲۰۵
تیزنویسی در مقاله	۲۰۶

فصل پنجم – مصاحبه

۲۰۹.....	تعریف مصاحبه
۲۰۹.....	مصاحبه در نشریات دانشجویی
۲۱۰.....	مراحل انجام مصاحبه
۲۱۱.....	انتخاب سوژه مصاحبه
۲۱۲.....	پروورش سوژه و تحقیق در مورد آن
۲۱۲.....	انتخاب مصاحبه شونده
۲۱۴.....	تحقیق در مورد مصاحبه شونده
۲۱۵.....	طرح سؤالات مصاحبه
۲۱۵.....	انتخاب مصاحبه گر
۲۱۶.....	ویژگی‌های لازم برای مصاحبه‌گر
۲۱۷.....	انجام مصاحبه
۲۲۰.....	ایجاد پارازیت در مصاحبه
۲۲۲.....	سبک نگارش مصاحبه
۲۲۲.....	سبک تنظیم مصاحبه به شکل خبر
۲۲۵.....	سبک تنظیم مصاحبه به صورت گزارش
۲۲۶.....	سبک تنظیم مصاحبه به صورت سؤال و جواب
۲۳۳.....	نکاتی که در مصاحبه باید رعایت شود
۲۳۴.....	جنبه‌های ارزیابی مصاحبه
۲۳۸.....	نکاتی در مورد عکاسی مصاحبه

فصل ششم – آیین نگارش فارسی

۲۴۵.....	آیین نگارش فارسی
۲۶۲.....	ویرایش و معادل فارسی بعضی از کلمات

فصل هفتم – نشانه‌گذاری

۲۷۷.....	نشانه‌گذاری در تنظیم خبر
----------	--------------------------

فصل هشتم – ویراستاری

۲۹۱.....	تعریف ویراستار
۲۹۲.....	اهداف ویراستاری

۲۹۲	انواع ویراستاری
۲۹۲	ویراستاری املائی و درست نویسی یا نگارشی
۲۹۳	ویراستاری محتوایی
۲۹۳	ویراستاری ایجازی
۲۹۳	ویراستاری تخصصی
۲۹۴	علایم ویرایش
۲۹۹	استفاده از منبع خبر در لید
۳۰۲	ویراستاری در چیندن تیتیر

فصل نهم - صفحه آرایی

۳۰۹	تعریف صفحه آرایی
۳۱۰	اصول مهم و تأثیرگذار در طراحی گرافیکی لگو
۳۱۳	عناصر گرافیکی برای صفحه آرایی
۳۱۳	عناصر زیباسازی گرافیکی
۳۱۸	ستون بندی، قطع و قالب صفحات نشریه
۳۲۲	مراحل اجرایی صفحه آرایی
۳۲۲	قلم متن
۳۲۲	ارزش ستون ها
۳۲۴	استفاده از فضای خالی اطراف لگو
۳۲۴	هدایت خوانندگان به خواندن خبرها بر اساس اولویت
۳۲۵	استفاده از اصل ثبات
۳۲۵	تقسیم صفحات
۳۲۵	عکس های خبری
۳۲۵	تیترها
۳۲۶	صفحه فهرست
۳۲۸	روی جلد
۳۲۹	اشکال کاربرد تیترها در صفحه آرایی

فصل دهم - مدیریت در نشریات

۳۴۱	تعریف مدیریت
۳۴۱	اهداف کار مطبوعات

۳۴۲	مدیریت رسانه‌ای
۳۴۲	ابعاد مدیریت رسانه‌ای
۳۴۴	قالب‌های رسانه‌ای متداول
۳۴۴	عوامل مهم در انتخاب اسم نشریه دانشجویی
۳۴۶	انتخاب اسم نشریه
۳۴۷	عوامل ضعف نشریات دانشجویی
۳۴۸	وظایف مدیر در نشریات دانشجویی
۳۴۹	مراحل انجام کار در نشریات
۳۵۱	چارت تشکیلاتی پیشنهادی در نشریات دانشجویی
۳۵۴	وظایف دبیر جلسه
۳۵۴	ارکان جلسه
۳۵۵	فرم صورتجلسه
۳۵۶	ماکت نشریه
۳۵۸	اصول مهم و تأثیرگذار در جذابیت محتوایی
۳۵۹	ساختار تعیین سوژه‌ها برای محتوای نشریه
۳۶۱	جدول بررسی و ارزیابی محتوای نشریات دانشجویی
۳۶۳	مراکز فعال در زمینه نشریات دانشجویی

فصل یازدهم – قانون مطبوعات

۳۷۱	آیین‌نامه نشریات دانشجویی
۳۷۹	قانون مطبوعات
۴۰۶	منابع
۴۰۷	ضمیمه
۴۱۹	فرم پیشنهادی مؤلف برای ارزیابی نشریات دانشجویی

مقدمه



دیباچه

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

در طول تاریخ، رسانه‌ها به ویژه مطبوعات توانسته‌اند به عنوان یک اهرم تأثیرگذار در افکار عمومی به شمار آیند و هر مجموعه‌ای که استفاده بهینه‌تری از این اهرم کرده، طبعاً منافع بیشتری نصیب خود کرده است. نشریات دانشجویی به عنوان یک رسانه نیمه فراگیر یا به تعبیر دیگر رسانه فراگیر در محدوده خاص نقش مهمی در تأثیرگذاری بر افکار عمومی دانشجویان در امور گوناگون دارند که غفلت از این امر می‌تواند عواقب ناگواری برای دستگاه‌های تصمیم‌گیر و ذیربط داشته باشد.

نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها به عنوان یک مجموعه تصمیم‌ساز که نقش اساسی در پیشبرد سیاست‌های نظام در دانشگاه‌ها به طور اعم و سیاست اسلامی شدن دانشگاه‌ها به طور اخص برعهده دارد، بایستی با تدوین سیاستی راهبردی، جامع و در عین حال فراگیر، سخن و پیام خود را به نسل جوانی که امروزه در دانشگاه‌ها مشغول به تحصیل بوده و در آینده مدیران و مسؤولان اجرایی کشور خواهند بود به بهترین نحو ممکن انتقال دهد و نشریات دانشجویی یکی از مؤثرترین ابزارها برای نایل شدن به این مهم می‌باشد.

استفاده هوشمندانه از خلاقیت‌های ویژه در جذب مخاطب و نیز به کارگیری قالب‌های متنوع، حرفه‌ای، به روز و... از موارد مهمی هستند که رعایت آن در هر رسانه به خصوص رسانه‌های مکتوب در تأثیرگذاری آنها بسیار مهم است.

امروزه با گسترش رسانه‌های محلی، تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای قدرت انتخاب مخاطبین رسانه‌ها نسبت به گذشته بسیار بیشتر شده است و این پدیده منجر به کاهش فراگیری هر رسانه به طور خاص و افزایش فراگیری رسانه‌ها به طور عام گردیده است. پدیده‌ای که در علم ارتباطات از آن به انبوه‌دایی از رسانه‌ها یاد می‌کنند، چرا که در گذشته بسیاری از رسانه‌ها می‌توانستند پیام خود را به مخاطبان وسیعی برسانند، ولی امروزه با گسترش و تنوع

رسانه‌ها این فراگیری به شدت کاهش یافته است. با این حال نشریات دانشجویی با توجه به اینکه پدیده‌ای بالنسبه‌نوین در دانشگاه‌ها به شمار می‌آیند، با حداقل می‌توان گفت که در سال‌های اخیر گسترش فراگیر آن امر نوینی است و کارکردها و مخاطبان خاص و اصلی آن تا حد زیادی با نشریات حرفه‌ای متفاوت است. هنوز جایگاه (فراگیری) خود را از دست نداده و به طور یقین تا چند سال دیگر هم این جایگاه را حداقل در محدوده دانشگاهی حفظ خواهند کرد. البته شکی نیست که یکی از عوامل مهم حفظ این جایگاه حرکت نشریات دانشجویی به سمت رویکرد حرفه‌ای است و یکی از شرایط مهم حرکت در این مسیر فراگیری آموزش‌های ضروری و کاربردی ژورنالیستی و روزنامه‌نگاری است.

با توجه به گسترش و تنوع این رسانه در دانشگاه‌ها، نشریات دانشجویی برای جذب مخاطب بایستی با یک جهش و حرکت رو به جلو و کاهش فاصله خود با سایر رسانه‌های حرفه‌ای و قدرتمند، گام مهمی در جهت جذب و گسترش مخاطب برداشته و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به اهداف متنوع خود که همانا اطلاع‌رسانی، آموزش، تحلیل، نقد، ارزیابی و نیز سرگرمی و... است، برسند. عناصری که بسیاری از نشریات دانشجویی در رسیدن به آنها توفیق چندانی کسب نکرده‌اند.

اینکه نشریات دانشجویی تا چه حد از قالب‌های حرفه‌ای، اصول روزنامه‌نگاری و محتوای متناسب و مخاطب‌پسند برای ارسال پیام‌های خود استفاده می‌کنند، بسیار مهم است و رعایت یا عدم رعایت این قالب‌ها و شاخص‌های حرفه‌ای اثری مهم در روند انتقال پیام به مخاطب دارند. چه بسا یک محتوا و پیام خوب که به خاطر انتقال نامناسب و غیرحرفه‌ای اثری معکوس گذاشته باشد و برعکس یک محتوای نامناسب که به جهت استفاده از اصول و قالب‌های حرفه‌ای بسیار تأثیرگذار باشد.

البته در این میان محدود نشریاتی هم بوده‌اند که هم از لحاظ محتوا و هم از لحاظ فرم و هم از جهت جذب مخاطب و حرکت به سمت اصول و قالب‌های حرفه‌ای به موفقیت‌های خوبی دست یافته‌اند، ولی این امر متأسفانه تک جرقه‌هایی بوده که هیچگاه فراگیر نشده و با حداقل می‌توان گفت کمتر فراگیر شده است.

شاید یکی از دلایل عدم جذب مخاطب در بسیاری از نشریات دانشجویی گسترش این نشریات بدون «نیازسنجی از مخاطبان» و نیز «کیفیت نامناسب» این نشریات در ابعاد گوناگون شکلی و محتوایی باشد، امری که با قدری تأمل و بررسی در نشریات دانشجویی دانشگاه‌های مختلف به خوبی عیان می‌گردد. نشریات دانشجویی با توجه به اینکه در محدوده دانشگاه و برای دانشجویان و دانشگاهیان تولید و منتشر می‌گردد، بایستی کارکردها و وظایف خود را بیشتر براساس این مؤلفه در نظر بگیرند و نیازهای واقعی مخاطبان دانشگاهی خود را شناخته و بر اطلاع‌رسانی جامع، فراگیر، دقیق، شفاف و تحلیل و نقد و ارزیابی مناسب با فضای ذهنی

دانشجو تأکید داشته و زبان و سبک مناسب برای ارتباط تنگاتنگ با مخاطبان خاص خود را شناخته و با همین سبک و زبان با آنها سخن بگویند. نشریه دانشجویی‌ای که در کار خود به این علل و عواملی از قبیل روحیه آرمانخواهانه و تنوع طلب و تجددگرای دانشجو توجه نکند. به طور یقین در جذب مخاطب توفیقی نخواهد داشت و نمی‌تواند ارتباط مناسب و دوسویه‌ای با مخاطبان خاص خود برقرار کند. همچنین است نشریه‌ای که از جهت ظاهری و صفحه‌آرایی جذابیت چندانی ندارد و یا از قالب‌های گوناگون مطبوعاتی از قبیل خبر، مقاله، گزارش، یادداشت، طرح و عکس، طنز، مصاحبه و... استفاده نمی‌کند.

با مطالعه و توزیع بسیاری از نشریات دانشجویی به خصوص بعضی از نشریات غیرمستقل درمی‌یابیم که این نشریات به جای آن که خالق خبرها و گزارش‌های بکر باشند بیشتر به روابط عمومی مجموعه‌ای که به آن وابسته‌اند، تبدیل شده‌اند. این نشریات به جای انتقال غیرمستقیم پیام از آسان‌ترین، کوتاه‌ترین و مستقیم‌ترین راه برای انتقال پیام استفاده می‌کنند که امروزه در علم ارتباطات روشی منسوخ است و متأسفانه در بسیاری از موارد به جای «خبرنگاری» حرفه‌ «خبرگیری» را در پیش گرفته‌اند. البته حال و روز نشریات مستقل هم چندان بهتر از هموعان غیرمستقل‌شان نیست و شاید یکی از دلایل مهم اینگونه ضعف‌ها و نقایص، عدم آموزش صحیح، به روز، کافی و لازم برای دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی باشد.

دانشجویان اهل قلم نشریات دانشجویی پیش از آنکه در زمینه انواع قالب‌های مطبوعاتی از قبیل «خبرنویسی»، «گزارش‌نویسی»، «مصاحبه»، «مقاله‌نویسی»، «صفحه‌آرایی»، «یادداشت‌نویسی» و... آموزش اصولی و صحیح دیده باشند از طریق تجربه‌اندوزی در حین فعالیت عاشقانه در نشریات دانشجویی و استعداد و ذوق خدادادی‌ای که در میان این دانشجویان وجود دارد به این عناصر دست یافته‌اند و اگر این دانشجویان از ابتدا با گذراندن آموزش‌های صحیح و اصولی با این عناصر آشنا می‌شدند، وضعیت نشریات آنها به مراتب مطلوبتر از وضعیت کنونی می‌بود و بدتر آن که دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی، تازه پس از آنکه تجربیات گوناگونی در این عرصه کسب می‌کنند با اتمام تحصیلات‌شان و قرار گرفتن در مسیر آینده شغلی و اجتماعی خود از دانشگاه و نشریات دانشجویی منقطع شده و در بسیاری از موارد حتی فرصت انتقال تجربیات و داشته‌های خود به دوستان جدیدشان را نیز پیدا نمی‌کنند. امری که ظهور و بروز آن را می‌توان در توقف انتشار بسیاری از نشریات دانشجویی قایم به شخص مشاهده کرد.

شکی نیست که یکی از راهکارهای اساسی در رسیدن به قالب‌های حرفه‌ای و مبانی روزنامه‌نگاری آموزش صحیح، تخصصی و اصولی این مبانی به دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی است تا سطح کیفی آنها ارتقا یافته و بسترهای لازم برای پیشرفتشان فراهم شود.

البته آموزش مطلوب آموزشی است که از طریق کارگاه آموزشی و کلاس عملی و به صورت حضوری به دست‌اندرکاران یا علاقه‌مندان نشریات دانشجویی ارائه گردد، اما از آنجا که گستردگی و پراکندگی دانشگاه‌های گوناگون دولتی، آزاد، پیام نور، غیرانتفاعی و... همچنین نبود اساتید مناسب و مجرب در همه شهرها و مشقت بار سفر بستن این عزیزان به همه نقاط کشور، در عمل امکان برگزاری چنین کارگاه‌هایی در همه دانشگاه‌ها وجود ندارد، چنین به نظر می‌رسد که کاربردی‌ترین و عملی‌ترین راه‌حل در جهت ارتقا کیفی دست‌اندرکاران و علاقه‌مندان نشریات دانشجویی، ارائه آموزش‌های فنی روزنامه‌نگاری از طریق کتاب و جزوات آموزشی ساده، روان و حاوی اطلاعات ضروری باشد.

کتاب، مقالات و جزوات زیادی در زمینه آموزش روزنامه‌نگاری و قالب‌های مختلف مطبوعاتی وجود دارد که بیشتر جزء واحدهای درسی رشته‌های ارتباطات و روزنامه‌نگاری بوده و تعداد زیادی از آنها به زبان تخصصی نوشته شده و برای بسیاری از دانشجویان رشته‌های دیگر قابل استفاده مناسب و بهینه نمی‌باشد. از این رو اداره نشریات دانشجویی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها در راستای اهداف راهبردی خود در جهت تقویت و ارتقای کیفی نشریات دانشجویی تصمیم گرفت اساسی‌ترین و ضروری‌ترین اصولی که برای راه‌اندازی و ادامه فعالیت یک نشریه دانشجویی لازم است را به صورت علمی و آکادمیک و در عین حال به زبان ساده و کاربردی همراه با مثال‌های گوناگون و حتی‌الامکان جدید به صورت یک کتاب در دسترس دست‌اندرکاران و علاقه‌مندان نشریات دانشجویی قرار دهد به گونه‌ای که خوانندگان آن بتوانند از آن به صورت خودآموز استفاده کرده و نیازی به آموزش حضوری و شرکت در کلاس درس یا کارگاه آموزشی نداشته باشد.

مؤلف محترم در چندین دوره مطالب این کتاب را در کارگاه‌های آموزش روزنامه‌نگاری دانشجویی دانشگاه‌های مختلف، که توسط اداره نشریات دانشجویی نهاد و سایر ارگان‌ها برگزار شده، تدریس کرده و در مقاطع مختلف با توجه به تجربیات به دست آمده و بازخورد پرسش‌ها و واکنش‌های دانشجویان شرکت‌کننده کلاس‌ها، در پیرایش و پالایش این اثر در حد توان خود کوشیده است و پس از آماده شدن کتاب و اصلاحات و بازبینی‌های انجام شده توسط مؤلف، کتاب در اختیار اداره نشریات نهاد قرار گرفته و توسط این اداره بررسی و ویرایش شده و اصلاحات موردنظر اداره توسط مؤلف در بعضی قسمت‌های کتاب اعمال شد.

در پایان ضمن اعتراف به نقص‌های احتمالی موجود در این اثر و اذعان به اینکه ما مدعی کمال این اثر نیستیم دست تمامی دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری و نشریات دانشجویی را جهت اصلاح عیوب و راستی‌کژی‌ها به گرمی می‌فشاریم و از انتقادهای و پیشنهادهای تمامی این عزیزان استقبال می‌کنیم.

مقدمه

بی‌تردید می‌توان اذعان کرد، عصر کنونی که عصر ارتباطات نام گرفته دنیای ارتباطات آنقدر گسترده و پیچیده شد که کمتر کسی در گذشته این باور به ذهنش خطور می‌کرد که در آینده زندگی بشر، تا این حد به علوم ارتباطات وابسته شود.

امروزه توسعه و رشد فن‌آوری ارتباطات، در خدمت همه علوم و زمینه‌های علمی قرار گرفته است و همه رشته‌ها علمی به نحوی وابستگی اساسی به این عرصه دارند. وجود هزاران خبرگزاری، سایت و سایر منابع ارتباطی دیگر با درنوردیدن مرزهای جغرافیایی و غلبه بر محدودیت مکان و زمان باعث شده است تا رشد علمی و فنی زمینه‌های مختلف علمی به سادگی امکان‌پذیر شود. برای مثال در زمینه علوم پزشکی شاید بتوان گفت، با تمام حساسیت‌هایی که دارد پیشرفت و توسعه ارتباطات، در رشد این زمینه علمی نیز تا حد زیادی مؤثر بوده است و در پیشرفته‌ترین فن‌آوری روز، بارها عمل‌های جراحی حساس، با هدایت راه دور رهبری تیم پزشکی، به صورت تصویری با موفقیت انجام شده است و یا هر لحظه مقاله‌های جدیدی از دنیای پزشکی در سایت‌ها، مجلات و رسانه‌های مختلف دنیا درج می‌شود که برای رشد این حرفه در سایر کشورها بسیار مفید و مؤثر است. این مهم برای سایر زمینه‌های فنیو مهندسی، علوم انسانی و ... نیز صادق است. به گونه‌ای که عقیده کشورهای توسعه‌یافته بر این است که؛ در دنیای کنونی زندگی بدون عرصه ارتباطات مقدور نیست.

اما رشد تکنولوژی و فن‌آوری اطلاعات بیشتر از همه در خدمت عرصه اطلاع‌رسانی و رسانه‌های گروهی بوده است و اصحاب رسانه‌ها بیشتر از همه به آن وابسته شده‌اند. در واقع امروزه با پیشرفت تکنولوژی، رویدادهای ریز و درشت، در کمترین زمان، به بهترین زبان به دورترین مکان، مخابره می‌شود که در این میان خبرگزاری‌ها، گزارشگران و خبرنگاران به عنوان منبع خبر، نقش اساسی و تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کنند.

در دنیای امروزی، با رشد روزافزون فن‌آوری اطلاعات و تغییر وضعیت یکه رسانه‌ای به چند رسانه‌ای دیگر مرزهای جغرافیایی معنایی ندارد. چرا که با وجود آمدن رسانه‌های قدرتمند (به طور عمده در کشورهای توسعه یافته قرار دارند)، کوچکترین رویدادها در اقصی نقاط جهان، در اندک زمانی به اطلاع مردم در کشورهای مختلف می‌رسد که می‌تواند تأثیر بسیار مهمی در واکنش ملت‌های مختلف داشته باشد و احساسات و عواطف مردم جهان را، در جهتی که می‌خواهد سوق دهد.

لذا خبرنگارانی که برای خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها و نشریات مختلف جامعه و نشریات دانشگاهی گزارش تهیه می‌کنند، با استفاده از اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و شم ژورنالیستی، همچنین با به کارگیری خلاقیت و هنر نویسندگی خود (بر خلاف رسالت اصلی عرصه رسانه که اطلاع‌رسانی سالم، شفاف و بی‌طرفانه است) می‌توانند گزارش‌های مربوط به رویدادهای کوچک و بی‌اهمیت را به‌طور جنجالی و هیجانی برجسته نمایند و برعکس می‌توانند با اعمال سانسور رویدادهای بسیار مهم را، کوچک جلوه داده و با بزرگنمایی خبرهای کم اهمیت دیگر، خبر و موضوع اصلی را از اهمیت ساقط نمایند و اذهان عمومی را به سمتی که می‌خواهند، منحرف سازند.

البته در بسیاری از کشورهای جهان سوم به دلیل مشکلات فراوان و عملکرد ضعیف مسؤولان و مقامات و پایین بودن مردم سالاری (دموکراسی)، سانسور خبری بیشتر از جوامع توسعه یافته است.

در این کشورها صاحبان قدرت می‌کوشند تا ضعف‌ها، نواقص و کوتاهی خود را به نوعی توجیه کرده و از دید خبرنگاران و گزارشگران و در نهایت مردم مخفی نگه‌دارند و کمترین اطلاعات را در مورد مسایل جاری کشور به مردم بدهند. در واقع از اطلاع‌رسانی ضعیف و غیرشفاف خرسندند، چرا که در این صورت کرسی قدرت آنها کمتر با خطر روبه‌رو می‌شود و جهالت و عدم رشد سیاسی و فکری مردم، یک امتیاز برای حفظ و تداوم قدرت آنها محسوب می‌شود. به همین دلیل سانسور خبری بالا بوده و اغلب خبرها به گونه‌ای پردازش می‌شود که به نفع صاحبان قدرت و عوامل آنها باشد. پرواضح است مطبوعات و نشریات دانشگاهی در این کشورها اگر آزاد باشند، قادرند با انعکاس و برجسته کردن نقاط ضعف و انتقاد از عملکردها و مشکلات موجود، وجهه اشخاص را نزد افکار عمومی تخریب نمایند، حتی منجر به استعفا یا برکناری آنها شوند. صدق این گفتار با نگاهی اجمالی به تاریخ آشکار می‌شود.

در طول تاریخ زندگی بشری، هیچ انقلاب، اصلاحات و تحولی به وجود نیامده است که در آن نویسندگان، روشنفکران، فرهیختگان و اصحاب رسانه‌ها و قلم نقش اصلی را ایفا نکرده باشند.

بر این اساس، به طور معمول تلاش می‌شود از مطبوعات استفاده ابزاری شود و بر روی مشکلات و نواقص سرپوش گذاشته و کارهای انجام شده بسیار بزرگتر از آنچه که هست جلوه داده شوند. در چنین ساختار و شرایطی، کمتر کسی پیا می‌شود که با حفظ استقلال و ثبات شخصیت نویسندگی، جرأت پیدا کند برای خدمت به مردم و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند در مطبوعات قلم بزند، یا بدون جانبداری یا منفعت‌طلبی از مشکلات و مسایل جامعه، به شکل سازنده انتقاد کند.

از طرف دیگر تعدادی از نویسندگان و اصحاب رسانه نیز به بهانه آزادی مطبوعات، با انتقاد مغرضانه، زنده و تند که در نهایت به نفع شخص و گروهی دیگر غیر از حاکمیت تمام می‌شود از سوی دیگر بام می‌افتند و می‌خواهند با استفاده از مطبوعات عامل براندازی و انتقال قدرت شوند. در این صورت اگر با این افراد برخورد شود، جای تعجب نیست، چون که هیچ دولتی در دنیا به مطبوعات و مخالفان اجازه براندازی نمی‌دهد و با اینگونه موارد برخورد می‌کند. کشور اسلامی ما نیز به عنوان یک کشور در حال توسعه، که یک الگوی جدید از حکومت مردم سالار دینی را تجربه می‌کند، در همه عرصه‌ها به‌ویژه عرصه مطبوعات هنوز به یک الگو و فرهنگ ایده‌آل متناسب با فرهنگ غنی اسلامی دست نیافته است.

افراط و تفریط و برخوردهای سلیقه‌ای و اغراض شخصی افراد، عرصه‌های مختلف از جمله رسانه‌ها و به دنبال آن امور کشور را بارها تحت تأثیر قرار داده است. که در این میان، نشریات دانشجویی نیز از آسیب آن بی‌نصیب نبوده‌اند.

روشن است که کشور اسلامی ما به دلیل تأکیدات دینی و توصیه‌ها و شرایط فرهنگی و اجتماعی خاص خود، از ویژگی‌هایی برخوردار است که عرصه قلم و رسانه را نیز شامل می‌شود، و انتظار می‌رود در پی رشد فرهنگی کشور، بارقه‌های شکوفایی در شفاف‌سازی خبری نیز در رسانه‌های کشورمان به وجود آید و گامی مؤثر در راستای به رسمیت شناختن رسانه‌ها، به عنوان رکن چهارم و آزاد ایجاد شود که بدون در نظر گرفتن ملاحظات جناحی و گروهی اشخاص و مقامات در معرض اتهام، برای سالم نگه‌داشتن جایگاه‌ها و کمک به سالم سازی کمک جامعه کند.

به نظر اینجانب، یک نویسنده، روزنامه‌نگار و گزارشگر چه در نشریات دانشجویی و چه در سایر رسانه‌های جامعه، در هر کشور و با هر فرهنگی که باشد، باید فارغ از هرگونه جناح بازی و زد و بندهای سیاسی به نفع مردم و کشور خود بنویسد، چون مطبوعات به‌ویژه نشریات دانشجویی در هر کشوری از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند و می‌توانند بر روی اقشار مختلف جامعه تأثیر زیادی گذاشته و متناسب با شرایط خاص کشور خود، فرهنگ‌سازی نمایند.

بنا بر این نباید رسالت اصلی مطبوعات فراموش شود و نویسندگان، خبرنگاران و تحلیلگران رسانه‌ها، به‌ویژه نشریات دانشجویی، سعی کنند در راستای خدمت به جامعه و ایجاد تفاهم، اتحاد، دوستی، همدلی، همکاری و توسعه در زمینه‌های مختلف، هنر خود را به کار گیرند.

مهمتر آنکه رویدادهای مختلف را واقع‌بینانه و شفاف، بدون تلقین و تحمیل به رشته تحریر درآورند و قضاوت را به مخاطبان و خوانندگان بسپارند. در این صورت حضور مطبوعات در جامعه می‌تواند حضوری سالم، فعال، مفید، ثمربخش، سازنده و نشاط آور باشد و رسالت اصلی مطبوعات که آموزش، اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی سالم، شفاف و انتقادهای سازنده، دور از حب و بغض است به شکل مطلوب، تحقق یابد و در این میان نشریات دانشجویی به عنوان نماینده قشر دانشجو، از جایگاه و سهم ویژه‌ای برخوردار هستند.

بدیهی است اگر دانشجویان به عنوان قشر روشنفکر، تحصیل کرده و فرهنگ‌ساز، جایگاه واقعی خود را دریابند، می‌توانند زمینه ساز و عامل بسیاری از رویدادهای مهم و سرنوشت ساز در هر کشور باشند.

در حال حاضر در کشور ما، تأثیر نشریات دانشجویی بر دانشگاهیان و جامعه بسیار ضعیف است، زیرا عمده نشریات دانشجویی که در دانشگاه‌های منتشر می‌شوند سطح کیفی چندان مناسبی ندارند و در نگاهی اجمالی به آنها می‌توان دریافت که در بسیاری از نشریات دانشجویی، بیشتر مطالب به روزه نبوده و اقتباسی است. همچنین رعایت اصول فنی روزنامه‌نگاری و گرافیکی نیز کمتر به کار گرفته می‌شود.

به هر حال به نظر می‌رسید، تألیف کتابی با مضمون روزنامه‌نگاری در نشریات دانشجویی، برای دانشجویانی که علاقه‌مند به فعالیت در عرصه نشریات دانشجویی و مطبوعات هستند، ضروری باشد، تا بدینوسیله گامی هر چند کوچک جهت ارتقای سطح کمی و کیفی نشریات دانشجویی برداشته شود.

لذا احساس نیاز به تألیف در این حوزه، مرا بر آن داشت تا حاصل مطالعات، تجربیات و فعالیت ۱۰ ساله‌ی خود در حوزه نشریات دانشجویی را با عنایات خداوند منان به رشته تحریر

در آورم، البته اثر اینجانب در سال ۷۹ به صورت جزوه و در سال ۱۳۸۳ به صورت کتاب چاپ شد که استقبال از آن باعث شد تا با ویرایش و رفع نواقص کتاب گذشته، کتاب فعلی به صورت کامل تر و جامع تر آماده چاپ شود. معتقدم این تألیف می‌تواند کمک خوبی برای دانشجویان علاقه‌مند و فعال در زمینه نشریات دانشجویی باشد و در تبدیل این قشر از تأثیرپذیر به تأثیرگذار گامی کوچک بردارد.

این کتاب می‌تواند به دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی برای تنظیم خبرها، تیترها، سوتیترها، لیدها، پردازش خبر و شناختن ارکان و ارزش‌های خبری و به‌کارگیری قالب‌های روزنامه‌نگاری شامل گزارش، مقاله، تحلیل، مصاحبه، خبر و ... همچنین اصول صفحه‌آرایی، مدیریت در نشریات دانشجویی و فن نوشتن کمک کند. به وجود نواقصی در این کتاب نیز اذعان دارم، اما با این وجود می‌دانم که اثر موجود می‌تواند تا حد زیادی برای نشریات دانشجویی مفید واقع گردد و محرک و مشوقی خوبی برای دوستان دانشجویی باشد که علاقه‌مند به قلم‌زدن و فعالیت در عرصه نشریات دانشجویی و رسانه‌های گروهی هستند، تا بدینوسیله بهانه و آغازی برای به رشته تحریر درآوردن افکار، نظرات و تجربیات این دوستان گردد.

در پایان برای همه دوستان دانشجو و پویندگان علم و اندیشه از درگاه خداوند آرزوی موفقیت و بهروزی می‌نمایم.

خدایا چنان کن سرانجام کار که تو خشنود باشی و ما رستگار

امیر هوشنگ قلندری

فصل اول

تاریخچه روزنامه‌نگاری



تاریخچه روزنامه نگاری

روزنامه نگاری در زندگی بشری سابقه چند هزار ساله دارد و از زمان رم باستان خلق گردید و گام بر زندگی انسان ها نهاد.

اولین روزنامه جهان در زمان یکی از امپراتورهای کهن رم به نام «گایوس ژولیوس سزار» منتشر شد که «اکناسفاتوس» نام داشت. این روزنامه به صورت بسیار ابتدایی و دست نویس روی پوست با خط آن زمان نوشته و به شکل روزنامه دیواری منتشر می شد، که خبرهای مجلس سنای روم را منتشر می کرد و به دلیل اینکه فقط خبرهای مجلس سنا را منتشر می کرد و حکومتی بودن آن، مورد استقبال مردم قرار نگرفت.

مدتی بعد روزنامه دیگری به نام «اکتادیورنا» قدم به عرصه مطبوعات گذاشت که نسبت به روزنامه قبلی از تنوع بیشتری برخوردار بود و حاوی ستون های سیاسی، مذهبی و ورزشی بود که این روزنامه نیز به صورت دست نویس و دیواری منتشر می شد.

اما به دلیل دارا بودن تنوع و ستون‌های مختلف و درج خبرهای مرتبط با مردم، مورد استقبال مردم قرار گرفت.

البته باید توجه داشت که این روزنامه تصاویر و صفحه‌آرایی به سبک پیشرفته امروزی نداشت و در حد بسیار ابتدایی و ساده بدون رعایت اصول و اساس روزنامه‌های امروزی منتشر می‌شد.

این روند تا قرن هفدهم میلادی ادامه پیدا کرد تا اینکه با توسعه صنعت در جوامع غربی عرصه مطبوعات نیز گسترده و پیشرفته‌تر گردید.

در سال ۱۶۱۵ اولین روزنامه معتبر جهان به نام «فرانکفورت ژورنال» در شهر فرانکفورت آلمان منتشر شد که گامی مؤثر برای گسترش دامنه فعالیت روزنامه‌نگاری در زندگی انسان بود.

در سال ۱۶۳۲ در فرانسه مطبوعات وارد مرحله جدیدی شد که در انقلاب کبیر فرانسه نیز نقش بسزایی ایفا کرد که این نقش پس از انقلاب فرانسه بیشتر شد.

در اواسط قرن نوزدهم روزنامه «پاری‌سوار» در کشور فرانسه با استفاده از شیوه جدید خبری و تصویری، شمارگان خود را در اروپا به دو میلیون نسخه در روز رساند، که باعث گردید رقابت مطبوعاتی در کشورهای اروپایی وارد مرحله جدیدی شود و دست‌اندرکاران روزنامه‌ها کوشیدند تا از پیشرفته‌ترین تکنولوژی روز برای گسترش دامنه فعالیت خود استفاده کنند، که در رقابت با سایر نشریات عقب نمانند.

در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم حوزه مطبوعات از نظر کمی و کیفی رشد چشمگیری پیدا کرد و اکثر کشورهای جهان با عناوین و محتوای مختلف شروع به انتشار نشریه و روزنامه کردند.

در این میان روزنامه‌های آمریکایی با اضافه کردن ستون‌های گوناگون، آگهی بازرگانی و تبلیغاتی و استفاده از مصاحبه، مورد توجه مخاطبان و خوانندگان قرار گرفتند و شماره‌گان آنها بسیار بالا رفت، تا مقدمات به‌وجود آمدن عصر ارتباطات

مهیا گردد. که آغاز رقابتی جدید در عرصه مطبوعات بین کشورهای اروپایی و آمریکا بود.

لازم به ذکر است؛ نخستین خبرگزاری جهان با نام «هان.تی.جی» نیز اولین بار در کشور ایتالیا تأسیس و شروع به کار کرد و موجب داغ‌تر شدن عرصه رقابت مطبوعات و شیوه نوین آن به شکل خبرگزاری شد.

امروزه با رشد روز افزون دنیای ارتباطات و موفقیت مطبوعات و رسانه‌های ارتباط جمعی، در اطلاع‌رسانی و ارتقای علمی، فرهنگی، سیاسی و ... همچنین موفقیت رسانه‌ها در برقراری پیوند عمیق با مردم، استقبال ملل و جوامع مختلف، به‌ویژه جوامع غربی و توسعه یافته از مطبوعات بالا گرفت و رفته رفته مطبوعات به یک نیاز اساسی و جدی در زندگی انسان‌ها تبدیل شد.

مطبوعات در حال حاضر به صورت یک صنعت تأثیرگذار و فراگیر در زندگی بشر ظاهر شده و با رفتارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مردم جوامع مختلف گره‌خورده است، به گونه‌ای که بسیاری اعتقاد دارند در کشورهای پیشرفته زندگی بدون دنیای ارتباطات، مقدور نخواهد بود.

امروزه استقبال مردم در هر جامعه‌ای از مطبوعات و نشریات، همچنین میزان مطالعه آنها، معیاری گویا برای اندازه‌گیری پیشرفت و توسعه یافتگی آن کشور توسط یونیسکو و سازمان‌های جهانی محسوب می‌شود.

در واقع میزان مطالعه مطبوعات رابطه مستقیم با توسعه یافتگی و پیشرفت آن کشور دارد به همین دلیل نشریات متنوع با شمارگان بسیار بالا در کشورهای توسعه یافته منتشر می‌شوند، که با پیشرفت تکنولوژی و فن‌آوری در آن کشور در تناسب هستند. لذا می‌توان شاهد بود که در کشورهای پیشرفته مطبوعات با تنوع و تکثر فراوان، با شمارگانی بالا با هم در رقابت هستند.

باید اذعان داشت، شکل‌گیری مطبوعات در کشورهای جهان سوم در مقایسه با کشورهای پیشرفته، متفاوت است.

در کشورهای جهان سوم رسانه‌ها به تقلید از رسانه‌های کشورهای پیشرفته و جوامع غربی به وجود آمده‌اند و بیشتر سیاسی بوده و به جناح‌های حکومتی و یا جناحی خاص وابسته‌اند که سانسور خبری موجب جلوگیری از رشد و شکوفایی مطبوعات در این کشورها شده است و مهمتر اینکه چون مطبوعات در این کشورها وارداتی است فرهنگ وارداتی را نیز با خود به همراه داشته است.

در بسیاری از کشورهای جهان سوم حکومت بر مطبوعات کنترل و نظارت شدید دارد و برخلاف شعار ظاهری، در عمل مطبوعات را به عنوان رکن آزاد و متعلق به افکار عمومی به رسمیت نمی‌شناسند. در واقع حکومت، منافعی را که خود می‌خواهد برای مطبوعات مشخص می‌کند. به همین دلیل، در این کشورها سطح استقبال مردم از روزنامه‌ها پایین است.

ناریخچه روزنامه نگاری در ایران

در کشورمان اولین روزنامه در محرم سال ۱۲۵۳ هجری قمری توسط میرزا صالح شیرازی که یکی از دانش‌آموختگان رشته زبان انگلیسی و فن ترجمه از کشور انگلیس بود، منتشر شد.

او موفق شد با موافقت دربار، در تهران روزنامه «کاغذ الاخبار»، را منتشر کند که پس از سه سال انتشار آن متوقف شد.

دومین روزنامه ایران توسط امیرکبیر صدراعظم ناصرالدین شاه، پایه‌گذاری گردید. این روزنامه با نام «وقایع اتفاقیه» در چهار تا هشت صفحه منتشر می‌شد.

پس از آن در دوران مشروطه روزنامه‌های «صوراسرافیل»، «مساوات»، «حبل‌المتین» و «روح القدس» پا به عرصه مطبوعات گذاشتند.

در اوایل سلطنت رضاخان روزنامه‌های «اطلاعات»، «حصار»، «عدل»، «تجدد»، «ایران»، «آزادگان»، «آینده ایران» و ... منتشر شدند. پس از آن هم روزنامه‌های جدیدتری منتشر شدند و این روند رو به رشد تا به امروز که ده‌ها و صدها روزنامه و مجله در ابعاد و رنگ‌های مختلف منتشر می‌شوند، ادامه دارد.

تحول تدریجی در مطبوعات

مطبوعات در هر دوره‌ای به شکل مطلوبی توانسته‌اند خود را با خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان خود هماهنگ سازند و دگرگونی‌هایی متناسب با مقتضیات زمان را در مورد بهبود ساختار، محتوا و شکل خود ایجاد نمایند.

امروزه با پیشرفت تکنولوژی و به وجود آمدن شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی مخاطبان مطبوعات و نشریات، با رادیو و تلویزیون و اینترنت تا حدودی تقسیم شده‌اند، ولی با این وجود، بر خلاف تصور عده‌ای که فکر می‌کردند با پیدایش رقبای قدرتمندی چون رادیو و تلویزیون و سایت‌های قدرتمند خبرگزاری‌های مختلف، مطبوعات محدود خواهند شد، اما اینگونه نشد و بیشتر از اینکه یکدیگر را حذف کنند، مکمل یکدیگر شدند. چون مطبوعات در این رقابت عقب نماندند. مطبوعات در هر دوره‌ای توانستند متناسب با خواست خوانندگان، و بهره‌گیری از تکنولوژی روز توسعه یابند.

پیشرفت صنعت و تکنولوژی در زمینه‌های ارسال خبر، صنعت چاپ، امکانات رسانه‌ای، کادر فنی و حرفه‌ای و ... تحولی عظیم در مطبوعات به وجود آورد، که دامنه فعالیت آن را بسیار گسترده کرد و باعث شد در رقابت با رقبای قدرتمندی چون رادیو و تلویزیون، خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری عقب نماند.

این رشد با استفاده از چاپ افست چند رنگ، استفاده از شیوه‌های نوین پردازش خبر و نویسندگی، همچنین به کارگیری تکنولوژی پیشرفته در انتقال

سریع اخبار مضاعف گردید و دریچه‌ای جدید برای توسعه هرچه بیشتر مطبوعات باز کرد.

با گذاشتن رایانه و نرم افزارهای متعدد طراحی و صفحه‌آرایی به عرصه مطبوعات، سیر روبه رشد عرصه مطبوعات کامل تر شد و توانایی جذب مخاطبان بیشتر را، در مطبوعات بالا برد. که مهم در مورد نشریات دانشجویی نیز صادق است. همچنین کسانی که در عرصه مطبوعات کار می‌کردند در پربارتر شدن و گسترش هرچه بیشتر دامنه فعالیت مطبوعات بسیار مؤثر بودند و نقش تعیین کننده‌ای ایفا کردند. که در این میان دست اندرکاران بخش‌های مختلف نشریات، اعم از سردبیر، خبرنگار، نویسنده، گرافیکست و صفحه‌آرا، عکاس و ... هر کدام با استفاده از تجربه و تخصص به‌دست آمده خود و به کارگیری اصول حرفه‌ای، در فعالیت‌های خود باعث شدند تا مطبوعات در برآورده شدن آرمان‌ها و اهداف خود موفق باشند.

نگاهی بر نشریات دانشجویی

نشریات دانشجویی در ایران، قبل و بعد از انقلاب در دانشگاه‌ها فعالیت می‌کردند و توسط گروه‌های مختلف منتشر می‌شدند که بیشتر زمینه سیاسی داشته‌اند، اما تعداد و سطح فعالیت آنها محدود بود با توسعه، رشد و موفقیت رسانه‌های گروهی در ارتقای کمی و کیفی و جذب مخاطب، نشریات دانشجویی نیز از نظر کمی و کیفی به‌ویژه در یک دهه اخیر، رشد چشمگیری پیدا کرده‌اند. باید اقرار کرد که نشریات دانشجویی در کشور ما تا حد زیادی تحت تأثیر رسانه‌های سراسری خارج از دانشگاه می‌باشند و فراز و نشیب‌ها و موج‌های دوره‌ای رسانه‌ها، نشریات دانشجویی را بارها با اوج و رکود مواجه کرد، که نمونه بارز این تأثیرات، همزمان با انتخابات ریاست جمهوری در سال‌های ۷۶ و ۸۴ مشاهده شد.

دولت هفتم با شعار «دانستن حق مردم است»، آزادی بیشتر به مطبوعات اعطا کرد که موجب جهش و رونق بازار رسانه‌های گروهی شد و موج آن نشریات دانشجویی را نیز در بر گرفت. به طوری که تعداد نشریات دانشجویی از حدود ۷۰ عنوان نشریه در شروع کار دولت هفتم (خرداد ۷۶)، به بیش از ۴۰۰۰ عنوان نشریه (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری حدود ۲۰۰۰ عنوان نشریه، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی حدود ۱۰۰۰ عنوان نشریه، دانشگاه آزاد اسلامی و مؤسسات تحت پوشش سایر مراکز و وزارتخانه‌ها نیز بیش از ۱۰۰۰ عنوان نشریه) تا زمان برگزاری ششمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور (اسفند ماه ۱۳۸۳ در مشهد) رسید.

با فرو کش کردن موج فعالیت و بازار کار رسانه‌های گروهی جامعه، نشریات دانشجویی نیز دچار رکود و افول شده و سطح کمی و کیفی نشریات دانشجویی نیز پس از مدتی رشد رو به نزول رفت. به گونه‌ای که امروزه به نظر می‌رسد نشریات دانشجویی پویایی و جنب و جوش لازم شایسته دانشگاه را ندارند و کج‌دار و مریض به فعالیت کم رمق خود ادامه می‌دهند.

امید است با شفاف سازی و مشخص شدن حدود قانونی فعالیت نشریات دانشجویی در آیین‌نامه نشریات دانشگاهی، توسط کمیته ناظر مرکزی در وزارتخانه‌های علوم و بهداشت و دانشگاه آزاد اسلامی و ابلاغ آن به کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها برای قانونمند و هدفمند شدن فعالیت‌های نشریات دانشجویی و همچنین حمایت‌های مسؤولان مربوطه، ثبات نسبی و رشد متوازن و پایدار برای نشریات دانشجویی محقق شود. در حال حاضر با وجود اعمال پاره‌ای اصلاحات در آیین‌نامه نشریات دانشگاهی و بهتر شدن آن، اما هنوز ابهاماتی در آن باقی است.

با این وجود هدف از تألیف این کتاب این است که با وجود مشکلات و موانع موجود، به انتشار نشریه‌ای مناسب و درخور شأن دانشجوی و دانشگاه کمک کند. بنا بر این اصول اولیه کار مطبوعاتی در فصول مختلف کتاب آمده است، که یکی از مهمترین لوازم کار مطبوعاتی و انتشار نشریه است.

یکی از شرایط ضروری برای موفقیت نشریه دانشجویی یا غیر دانشجویی داشتن خبرنگاران و نویسندگان خوب است و مدیر مسؤول و سردبیر نشریه دانشجویی زمانی حلقه‌های زنجیره موفقیت خود را کامل تر می‌کند که از دوستان و همکاران خود، خبرنگاران و نویسندگانی فعال، کار آزموده و با تجربه بسازد.

خبرنگار حرفه‌ای کیست؟

در عرصه مطبوعات و نشریات دانشجویی خبرنگاران از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند. اما این که خبرنگار حرفه‌ای کیست و تعریفش چیست؟ جای بحث دارد.

البته در حال حاضر تنوع رسانه‌ها، شیوه‌های گوناگون تنظیم خبر، تهیه و نشر خبرها و رویدادها و دوره‌های مختلف روزنامه‌نگاری زمینه‌های رشد استعدادها و مختلف خبرنگاران را فراهم نموده، که این امر تمامی خبرنگاران، از جمله خبرنگاران نشریات دانشجویی را شامل می‌شود و زمینه لازم را برای رشد، شکوفایی و خودنمایی هرگونه استعداد فراهم می‌کند.

شخصی که فعالیت خبری می‌کند، علاوه بر استعداد، باید تحصیلات پایه ضروری و دوره‌های خبرنگاری را گذرانده باشد. با این وجود داشتن **شم خبرنگاری**، علاقه و استعداد شرط اول برای این حرفه می‌باشد. چرا که هنوز توانایی شخصی، قدرت قلم، خلاقیت، شم خبرنگاری و تجربه اشخاص، حرف اول را در این عرصه می‌زند.

در حال حاضر تعدادی زیادی از کسانی که در مطبوعات کشور ما فعالیت می‌کنند، دارای تحصیلات پایه خبرنگاری نیستند و یا حتی دوره‌های خبرنگاری را نگذرانده‌اند و فقط با توجه به نویسندگی در یک یا چند روزنامه به این حرفه روی آورده‌اند. در این میان بعضی نیز که شغل اصلی آنها روزنامه‌نگاری است و از این طریق امرار معاش می‌کنند با وجود این که دارای مدرک تخصصی در زمینه خبرنگاری نیستند، ولی به دلیل ضرورت شغلی به طور تجربی، برای تهیه خبر و

نویسندگی، مهارت لازم را کسب نموده‌اند و کم‌کم به خبرنگاران حرفه‌ای تبدیل شده‌اند.

در واقع خبرنگار حرفه‌ای کسی است که تمام مشغله فکری او در همه زمان‌ها و مکان‌ها، استفاده از شم خبرنگاری، سوژه‌پردازی و تهیه خبری بهتر با بهترین زاویه دید ممکن باشد، تا بتواند رویدادها را با بیانی ساده و روان و خلاقیت قلم خود، در کمترین زمان، به رشته تحریر در آورده و انتقال دهد. مهمتر اینکه خبرنگار حرفه‌ای با خبر زندگی می‌کند.

اما به طور کلی روزنامه‌نگاری، حرفه‌ای هنری و فنی به حساب می‌آید و کسی در این راه موفق می‌شود که با پشتکار، علاقه، ذوق و اراده راسخ به این حرفه مهم و جذاب روی آورد.

دانشجوی علاقه‌مند به حرفه روزنامه نگاری اگر شم خبرنگاری، اراده و پشتکار لازم را داشته باشد، می‌تواند با تمرین و ممارست، مطالعه پیگیر و کسب تجربه تدریجی، به مرور زمان در این قلمرو، پیشرفت نموده و موفق باشد. لذا می‌توان گفت: روزنامه نگار موفق کسی است که علاوه بر داشتن ذوق و علاقه، شیوه‌های کسب و نگارش خبر، گزارش، مقاله و نویسندگی را بیاموزد و با اقشار مختلف جامعه ارتباط نزدیک برقرار کند.

خبرنگار باید با استفاده از نظرات و افکار مختلف و متنوع، آگاهی و اطلاعات عمومی خود را نسبت به محیط و افراد افزایش دهد. که این مهم در مورد خبرنگاران نشریات دانشجویی نیز صادق است. البته دانشجوی خبرنگار باید مسایل مرتبط با دانشگاه و دانشجو را در اولویت اول قرار دهد.

یک خبرنگار می‌تواند با نوشته خود تاثیر بسزایی روی خواننده خبر داشته باشد. خبرنگار ممکن است نتواند به خواننده بگوید که چگونه فکر کنید، اما می‌تواند بگوید به چه چیزی فکر کنید.

ویژگی‌های خبرنگار

خبرنگار باید صبور، منطقی، پرحوصله، دقیق، موشکاف، باهوش و سریع‌الانتقال باشد و در تهیه خبر از منافع و حب و بغض شخصی، طرفداری از اشخاص، جایگاه، جناح و تنظیم خبرهای احساسی پرهیزد و با بینش عمیق و عقلانی واقعیت‌ها را ببیند و به رشته تحریر درآورد. رعایت حرمت اشخاص خبرساز نیز برای خبرنگار ضروری است.

ارتباط

لازم است قبل از پرداختن به بحث خبر، ابتدا ارتباط تعریف شود. در واقع می‌توان گفت؛ اولین واژه‌ای که یک خبرنگار برای شروع کار خود با آن سر و کار دارد و لازم است از آن استفاده کند «ارتباط» است. خبرنگار باید با حوزه‌ی کار خود به شکل مقتضی ارتباط نزدیک برقرار کند. برقراری ارتباط تا حد زیادی به توانایی فردی، خلق و خوی، آداب و معاشرت، اجتماعی بودن و قدرت تکلم فردی اشخاص بستگی دارد.

ارتباط: ارتباط عبارت از فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر است. که دانستن و اجرای آن متناسب با شرایط رویداد، از لازمه کار یک خبرنگار است. در نشریات دانشجویی که از محدودیت‌های حوزه خبر، زمان فعالیت و ... روبه‌رو هستند، نحوه برقراری ارتباط مناسب سخت‌تر است.

فصل دوم

خبر



خبر

هر یک از اندیشمندان و صاحب نظرانی که در عرصه ارتباطات فعالیت نموده‌اند با استفاده از تجربیات و دیدگاه و استنباط خود در عرصه مطبوعات، تعریف خاص خود را برای خبر ارایه کرده‌اند.

بی شک می‌توان اذعان داشت، در عصر حاضر که اطلاعات و ارتباطات بر زندگی بشری سلطه افکنده و هر روز پدیده‌های نوینی در حوزه‌های مختلف ارتباطات به وجود می‌آید، حوزه خبر نیز تخصصی‌تر شده و تعریف خبر را در قالب یک جمله، که همه جنبه‌ها و ابعاد آن را در برگیرد دشوار کرده است.

لذا در مورد خبر تعاریف مختلفی ارایه شده که در بعضی موارد تا حدودی با هم تفاوت دارند. البته در حال حاضر خبر از حالت نسبی خود (هر اطلاعی که به نحوی به افراد و یا گروه‌های انسانی می‌رسد) خارج شده است و به صورت وقایع و حوادث جاری در آمده است که با ابزار و وسایل مختلف ارتباط جمعی همچون؛ تلکس، اینترنت، سایت‌های مختلف، صدا و سیما، روزنامه‌ها، نشریات، مجلات و ... به توده مردم انتقال می‌یابد و عمل ارتباط و انتقال اطلاعات را شامل می‌شود.

چند تعریف از صاحب نظران درباره خبر

لیل اسپنسر: خبر شامل هر عمل و اندیشه واقعی است که برای عده زیادی از خوانندگان جالب توجه باشد.

بلایر: خبر هر نوع موضوع جاری روز است که به علت جالب بودن و طرف توجه قرار گرفتن آن از طرف خوانندگان، در مطبوعات منتشر می‌شود.

س.مولی: خبر نقل عینی حوادث جاری مهمی است که در روزنامه چاپ می‌شود و مورد توجه خوانندگان قرار می‌گیرد.

فرناند ترو: خبر عبارت از انتشار منظم جریان وقایع و آگاهی‌ها و دانش‌های انسانی و نقل عقاید و افکار عمومی است.

روژه کلوس: خبر نقل ساده و خالص وقایع جاری است.

اریک بسی. هو. پاوود: خبر نخستین گزارش حادثه با معنایی است که مورد توجه عامه باشد.

خبر؛ گزارش واقعیت‌ها است اما هر واقعیتی را نمی‌توان خبر نامید. با این تعریف چون بعضی از رویدادها حالت عادی و طبیعی پیدا کرده‌اند و یا گذشت زمان اطلاعات را کهنه کرده، قابل طرح شدن نمی‌باشد.

به عنوان مثال در خبر افتتاح دانشکده دندانپزشکی، حضور دانشجویان در محوطه و کلاس دانشکده، روز اول و افتتاحیه ممکن است خبر باشد. اما در روزهای بعدی چون به صورت یک کار عادی در می‌آید دیگر نمی‌تواند ارزش خبری داشته باشد.

خبر، پیامی است که احتمال صدق و کذب در آن وجود دارد.

در این تعریف خبر بیان وقایع نیست بلکه پیام و گفت‌وگوی عامیانه و محاوره‌ای است و ممکن است خبرهایی به چاپ برسند، اما واقعیت نداشته باشند و پس از مدتی تکذیب شوند.

مثال:

گروه سیاسی - پس از مراسم روز دانشجو در محوطه بیرون سالن شنیده شده است احتمال دارد رییس دانشگاه علامه طباطبایی استعفا کند.

خبر، الزامی نیست که رویدادهای جاری و تازه باشد.

مثال:

دانشگاه تهران تنها دانشگاه در جهان است که از طریق بنای فرهنگی سمبلیک با مهندسی پیچیده پیام‌های ویژه معنوی، علمی و فرهنگی را به مخاطبان خود القا می‌کند.

بعضی‌ها سر در دانشگاه را الهام گرفته از تصویر خیالی دو پرنده‌ای که بال‌هایشان را برای اوج گرفتن و برخاستن از زمین باز کرده‌اند و یا کتابی که به صورت باز در مقابل دیدگان گذاشته باشند، می‌دانند. اما از تاریخچه و نحوه ساخت سردر اطلاعات و اسناد کاملی در دست نیست.

بنا بر قولی در سال ۱۳۴۵ به دستور ریاست وقت دانشگاه، مسابقه طراحی بین دانشجویان و طراحان مختلف برگزار شد که طرح دانشجویی به نام «کوروش فرزایی» از دانشکده هنرهای زیبا به عنوان طرح برتر انتخاب شد.

کار اجرایی طرح انتخابی، ابتدا به یک شرکت پیمانکار سوییسی واگذار شد که به دلیل نواقص مربوط به مراحل قالب‌بندی، ادامه کار به یک شرکت پیمانکاری ایرانی به نام «شرکت آرمه» سپرده شد و با هزینه‌ای به مبلغ ۲۴ هزار و ۵۰۰ تومان، پایان یافت. از سر در دانشگاه تا سال ۱۳۴۸ هیچ سندی در آرشیو دانشگاه تهران موجود نیست. ولی در نشریه شماره ۲ «هنر معماری» تابستان ۱۳۴۸، عکس‌هایی از سر در دانشگاه تهران به چاپ رسیده است، که در آن طراح «کوروش فرزایی» و محاسب «سیمون سر کیسیان» ذکر شده است.

آرمی نیز که امروز به عنوان نشان رسمی دانشگاه تهران انتخاب شده، توسط دکتر محسن مقدم استاد دانشکده هنرهای زیبا طراحی شد، که برداشت و تقلیدی از نقوش و گچ‌بری آثار مکشوفه دوران ساسانی از شهر «تیسفون» است و نمونه منشاء آن در کاخ ساسانی مکشوفه از دامغان به دست آمده است.

هم در این مورد و هم در موارد مشابه آن در مهرهای ساسانی، اکثریت نشان‌ها در میان دو بال تزیینی (می‌تواند بال عقاب باشد) قرار گرفته است که کاربرد آن در شکل تاج‌های ساسانی به‌خصوص در اواخر این دوره دیده می‌شود.

خبر، رویدادی است که ممکن است اتفاق بیفتد.

این تعریف شامل رویدادهایی می شود که ممکن است اتفاق بیفتد، پیش بینی وقوع سیل ، سفر یک مقام مسؤول به کشور خارجی، برگزاری کنکور سراسری در ماه آینده و ...

مثال:

شهردار تهران، اعلام کرد؛ شهرداری برای مسکن دانشگاهیان تسهیلات ویژه خواهد داد.

خبر؛ شامل هر اندیشه و عمل واقعی است که برای عده کثیری از خوانندگان جالب است که این تعریف در نشریات دانشجویی شامل خبرهایی می شود که برای عده زیادی از دانشجویان جالب توجه باشد.

مثال:

تهران - ایسنا: سازمان پژوهش علمی و صنعتی به منظور بستر سازی برای تجاری سازی دستاوردهای تحقیقاتی و پژوهشی، مراکز رشد را، در دانشگاه های کشور راه اندازی می کند.

مثال:

تهران - ایرنا: ۱۵۸ نماینده مجلس در نامه ای به رئیس جمهور، لغو سهمیه جنسیتی را برای دانشجویان دختر خواستار شدند.

خبر، هر موضوع جاری روز است که به علت جالب بودن برای خوانندگان در مطبوعات منتشر می شود .

مثال:

تهران - ایسنا: دانشمندان ایرانی برای اولین بار در دنیا موفق به درمان بیماران قطع نخاعی شدند، با پیوند نخاع، امید در دل ۷۰ هزار نفر فلج نخاعی کشور برای معالجه توسط دانشمندان ایرانی زنده شد.

خبر: نقل واقعی و عینی حوادث جاری مهم است که در روزنامه و در دانشگاه‌ها در نشریات دانشجویی متناسب با دوره انتشار چاپ می‌شود و مورد توجه خوانندگان قرار می‌گیرد.

مثال:

گروه اجتماعی - عده‌ای از دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز در مقابل سازمان آموزش پرورش استان تجمع کردند.
این دانشجویان که در رشته مشاوره تحصیل می‌کنند در اعتراض به تصمیم مسؤولان دانشگاه مبنی بر اخراج دانشجویان سهمیه بورسیه آموزش و پرورش دست به اعتراض زدند.

خبر: بیان مناسب ، خلاصه و دقیق یک رویداد است نه خود رویداد.

مثال:

گروه اجتماعی - مسؤول دبیرخانه کشوری کنترل دخانیات گفت: سالانه در ایران ۵۰ هزار نفر و در جهان پنج میلیون نفر به دلیل استعمال دخانیات جان خود را از دست می‌دهند که با ادامه این روند در ۲۰ سال آینده تعداد قربانیان استعمال دخانیات به ۱۰ میلیون نفر می‌رسد.
وی افزود: سازمان جهانی بهداشت سن شروع استعمال دخانیات را در جهان بین ۱۳ تا ۱۵ سال اعلام کرد.
بر اساس تازه‌ترین آمارها، ۳ درصد نوجوانان ایران سیگار می‌کشند و ۱۴ درصد آنان از سایر مواد به ویژه قلیان استفاده می‌کنند.

خبر: نخستین گزارش از یک حادثه با معنایی است که مورد توجه عامه باشد، در نشریات دانشجویی این حادثه باید مورد توجه اکثریت دانشجویان قرار گیرد .

مثال:

گروه فرهنگی - یک مقام مسؤول وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نسبت به جذب اساتید ایرانی در دانشگاه‌های آمریکایی حوزه خلیج فارس هشدار داد.

مثال:

تهران - ایسنا: غلامحسین الهام، رییس دفتر رییس جمهور، در خصوص حضور دکتر احمدی نژاد در دانشگاه، برای مراسم ۱۶ آذر، روز دانشجو اعلام کرد: در این روز رییس جمهور در تهران حضور ندارد.

خبر؛ انتشار منظم جریان وقایع و آگاهی‌ها و دانش‌های انسانی و نقل عقاید و افکار عمومی است و شامل خبرهایی می‌شود که هر روزه در روزنامه‌ها و نشریات دانشجویی متناسب با دوره انتشار درج می‌شود.

مثال:

گروه اقتصادی - قیمت نفت در بازارهای جهانی افزایش یافت و از مرز ۷۰ دلار گذشت.

مثال:

روزنامه آفرینش: وزارت علوم دانشگاه آزاد اسلامی را بهترین مجری نقل و انتقالات دانشجویان معرفی کرد

خبر؛ نقل ساده و خالص وقایع جاری است .

مثال:

خوش چهره نماینده مجلس شورای اسلامی در جمع استادان بسیجی کاهش هزینه‌های زندگی، به جای افزایش حقوق را پیشنهاد کرد.
خبر؛ محصول جهان سیاسی و اجتماعی است که آن را گزارش می‌کنند.

مثال:

تهران - ایسنا: دکتر محمد مهدی زاهدی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری از اعلام اسامی ۱۷ نفر از دانشجویان زندانی سیاسی به قوه قضاییه برای آزادی آنها خبر داد.

خبر؛ چیزی است که روزنامه نگاران آن را می‌سازند.

خبر؛ نتیجه شیوه‌هایی است که روزنامه نگاران آنها را به کار می‌برند.

خبر؛ ماده اولیه روزنامه است.

به طور کلی با جمع‌بندی تعاریف بالا می‌توان خبر را در یک جمله به تعریف کرد:

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

خبر باید بلافاصله، پس از حادثه انعکاس یابد و حاوی اطلاعات تازه و دقیق باشد تا مورد توجه مخاطبان قرار گیرد.

هنر یک خبرنگار در این است که یک خبر را در مدت زمان بسیار اندک کسب کند و آن را برای انعکاس به بهترین و جذاب‌ترین شکل تنظیم نماید. همچنین خبرنگار باید خبر را جامع و کامل تهیه کند و در اندک زمانی برای انتشار به انتقال دهد.

بهرتر است خبرنگار، جملات خبر را طوری تنظیم نماید که از ۲۰ کلمه بیشتر نشود و با فعل به پایان برسد.

سعی شود در تنظیم خبر از به‌کار بردن کلمات مبهم و سنگین که هضم آن برای خواننده دشوار است خودداری شود. سادگی و روان بودن خبر به صورت عامیانه نقش مؤثری در جذابیت آن برای مخاطب دارد.

خبر در نشریات دانشجویی عبارت است از:

بیان رویدادهای جامعه دانشگاهی و نقل عقاید و نظرات دانشجویان و کسانی که نظراتشان برای جامعه دانشگاهی مهم باشد، که متناسب با اقتضائات و محدودیت‌ها این حوزه تنظیم می‌گردد.

خبرنگاران دانشجویی و نشریات دانشجویی باید شرایط و ویژگی‌های محیط کار و مخاطبان خود را بدانند که تا حدودی با رسانه‌های خارج دانشگاه تفاوت دارد.

ویژگی‌های نشریات دانشجویی عبارتند از:

- محدودیت حوزه خبر؛
- شرایط و اقتضانات خاص هر دانشگاه؛
- رسالت و وظایف دانشجو و انتظارات ویژه جامعه از نشریات دانشجویی؛
- سطح، دوره انتشار، وسعت توزیع و ... نشریه؛
- وقت کم دست اندرکاران با توجه به دانشجو بودن؛
- پاسخگو نبودن دست اندرکاران در مقابل کاستی و تأخیر کار؛

امروزه توسعه صنعت و پیشرفت تکنولوژی در عرصه ارتباطات، تأثیر بسزایی در حوزه خبر رسانه‌ها و به دنبال آن نشریات دانشجویی داشته است و عامل تحولی بزرگ، در این حوزه گردید.

تأثیرات توسعه تکنولوژی و دانش روز بر عرصه رسانه‌ها:

- دگرگونی در سرعت و کیفیت انتقال اخبار؛
- تعدد و تنوع در منابع ارتباطی و اطلاع رسانی؛
- ایجاد حق انتخاب برای مخاطب؛
- تخصصی شدن حوزه خبر؛
- دگرگونی در شیوه تحقیق؛

رسالت اصلی حوزه خبر و مطبوعات عبارتند از:

- اطلاع رسانی؛
- آموزش؛
- آگاهی بازرگانی و تبلیغات؛
- سرگرمی و اوقات فراغت؛
- همگن سازی؛ هر رسانه سعی می‌کند افراد بیشتری از جامعه را با خود همفکر و همراه کند در واقع سیاست و تفکر خود را در جامعه حاکم کند.

در مورد اطلاع رسانی و خبررسانی باید مفاهیم اساسی در انتقال خبر توجه گردد که هنگام تنظیم خبر قبل از انتشار آن باید خبرنگار نکاتی را مد نظر داشته باشد که عبارتند از:

– صحت یا درستی

قبل از انتشار خبر باید از درستی خبر اطمینان یافت و در صورتی که خبرنگار از درستی خبر اطمینان ندارد باید آن را نقل کند و از جملات نقلی، شنیده شده است...، گفته شده است...، به گفته یک منبع آگاه، و غیره استفاده شود، تا در صورت درست نبودن خبر، به اعتبار منبع فعالیت او آسیب وارد نشود، چرا که همه سرمایه و اعتبار یک رسانه صداقت و راستگویی رسانه است.

مثال:

گروه فرهنگی - به گفته یک مقام آگاه در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری که نخواست نامش فاش شود، به زودی در این وزارتخانه تغییراتی ایجاد خواهد شد.

مثال:

گروه سیاسی - خبرگزاری ایسنا به نقل از شورای مرکزی بسیج دانشجویی دانشگاه تربیت مدرس، از آغاز جدی و همه جانبه « نهضت عدالت طلبی و مبارزه با فقر، فساد و تبعیض » خبر داد.

– روشنی و وضوح خبر

از کلماتی استفاده شود که به راحتی قابل درک باشد، لید خبر که ماهیت و کلیات خبر را برای خوانندگان مشخص می‌کند، باید با ساده‌ترین نثر و کلمات و در حداکثر دو جمله و ۴۰ کلمه نوشته شود. در این مورد هیأت تحریریه نقش اساسی دارد. مثال:

گروه اجتماعی - دانشجویان هنرمند ایرانی امسال در جشنواره بین‌المللی تئاتر دانشجویی کالج «ولیفیلد» کانادا شرکت می‌کنند.
در این جشنواره معتبر جهانی، گروه‌های تئاتر دانشجویی از کشورهای آمریکا، فرانسه، کرواسی، بنگلادش و کامرون حضور دارند.

– جامعیت و کامل بودن

خبر باید برای خواننده به طور کامل گویا باشد به طوری که به همه سؤالات خواننده پاسخ دهد.

مثال:

گروه سیاسی – به گزارش ایسنا، سمت مهدی احمدی نژاد، پسر رییس جمهور در جامعه اسلامی دانشجویان تغییر کرد. دبیر سیاسی این تشکیلات گفت: همانگونه که آقای رییس جمهور گفته‌اند که انقلاب در افراد متوقف نمی‌شود و به دلیل مشکلات آقای مهدی احمدی نژاد برای حضور فعال در این تشکل، اعضای شورای جامعه اسلامی دانشجویان به این نتیجه رسیدند که بهتر است شخص دیگری عهده‌دار این مسؤولیت شود.

رویداد را در نشریات دانشجویی، مثل رسانه‌های سراسری، می‌توان به سه صورت خبری، تحقیقی و توصیفی نوشت.

برای انتشار رویداد در نشریه به طور معمول اخبار تولیدی (تهیه توسط نویسندگان و خبرنگاران نشریه از حوزه کاری دانشگاه خود) یا اقتباسی (برگرفته از مجلات، رسانه‌ها، سایت‌های اینترنتی و ...) هستند.

نشریات دانشجویی برای انعکاس رویداد یا محتوای نشریه خود می‌توانند از قالب‌های مختلف مطبوعاتی رایج استفاده کنند که در بخش مدیریت همین کتاب به آنها اشاره شده است. این قالب‌ها برای ایجاد تنوع در روش انعکاس محتوای نشریه و جذب بهتر مخاطب ضروری است.

ارزش‌های خبری

- شهرت؛
- درگیری؛
- برخورد، اختلاف و درگیری؛
- استثنا و شگفتی‌ها؛
- بزرگی، فراوانی و تعداد؛
- مجاورت؛
- زمان تازگی؛

ارزش‌های خبری در دل رویداد قرار دارند که یک خبرنگار با شرم و درک خود، ارزش‌های خبری رویداد را کشف می‌کند.

هر رویدادی در درون خود حاوی یک یا چند ارزش خبری می‌باشد که وجود همین ارزش‌های خبری، اساس خبر را تشکیل می‌دهد و در جذابیت هر چه بیشتر خبر، نقش ایفا می‌کند.

شم حرفه‌ای خبرنگار، حکم ابزار استخراج ارزش‌های خبری را دارد و در تبدیل رویداد به خبر، میزان مهارت خبرنگار را آشکار می‌کند.

- شهرت

اشخاص، اشیا و نهادهایی که از شهرت و اعتبار بیشتری برخوردار هستند به همان میزان از ارزش خبری بالاتری برخوردارند.

البته شهرت شخص ممکن است حقیقی یا حقوقی باشد. در هر صورت هر چه شاخص‌تر باشد ارزش خبری بیشتر است.

علت مهم بودن شهرت در ارزش‌های خبری داشتن سندیت، اهمیت و ذهنیت برای خوانندگان است.

خبر مسافرت رییس جمهور به استان کردستان و افتتاح نیروگاه در این استان از خبر مسافرت یک وزیر به استان کردستان و افتتاح یک سد در این استان مهمتر است. با توجه به ارزش خبری شهرت خبر مسافرت رییس جمهور در صورت ارجح نبودن سایر ارزش‌های خبری از خبر مسافرت یک وزیر بیشتر است.

مثال:

معاون اول رئیس جمهور در همایش کانون‌های فکر: دولت احمدی نژاد از کانون‌های فکر حمایت می‌کند

خبرگزاری ایسنا: دکتر پرویز داودی معاون اول رئیس جمهور گفت: دولت نهم با توجه به توانی که در اختیار دارد از این کانون‌ها حمایت می‌کند. وی با مبارک دانستن تقارن هفته بسیج با همایش کانون‌های تفکر، افزود: کانون تفکر، مرکزی برای ایجاد پلی میان علم و جامعه، پلی بین علم و حکومت یا مرکزی است که مسایل کلان روز جامعه را مشاهده کرده و با توجه به آرای صاحب‌نظران، آنها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و سیاست‌های بومی را برای مسایل مبتلا به جامعه طراحی می‌کند.

– در برگیری

یک رویداد هر چه بر افراد و گروه‌های بیشتر در یک جامعه تأثیر بگذارد اعم از تأثیر مثبت یا منفی، مستقیم یا غیر مستقیم دارای ارزش خبری بیشتری است. خبر بازگشایی مدارس سراسر کشور می‌تواند دارای در برگیری زیادی باشد و اکثر مردم جامعه را در برگیرد زیرا همه مردم به طور مستقیم و یا غیر مستقیم با دانش‌آموزان ارتباط دارند. یا خبری در مورد وام دانشجویی می‌تواند اکثر دانشجویان را به طور مستقیم یا غیر مستقیم در برگیرد.

مثال:

عضو شورای برنامه ریزی دفاتر مشاوره دانشگاه‌ها:

بی توجهی به نیازهای دانشجویان آستانه تحمل آنان را پایین می‌آورد

وی در مصاحبه با ایسنا گفت: در دوران دانشجویی، جوان با جدایی از خانواده و قرار نگرفتن در مسیر آینده‌ای نا معلوم و برنامه‌ریزی نشده، دچار

اضطراب و نگرانی می‌شود و قدرت تحمل او پایین می‌آید این جاست که آستانه تحمل کم گشته و دانشجو مستعد برخورد نامتعارف می‌شود. چون دانشجویان برای حل مشکلات خود، مهارت‌های زندگی را آموزش ندیده‌اند.

مثال:

۱۴ هزار دانشجو به عمره مفرده اعزام شدند

دانشجویان زائر از تخفیف یک میلیون ریالی بهره‌مند می‌شوند

تهران - ایسنا: عضو ستاد مرکزی عمره دانشجویان کشور گفت: امسال ۱۴ هزار دانشجوی دانشگاه‌های سراسر کشور به عمره مفرده اعزام می‌شوند. دکتر رضا مسایلی افزود: بر اساس توافق انجام شده با سازمان حج و زیارت کشور از مجموع ۴۵۰ هزار زائر ایرانی که امسال به عمره اعزام می‌شوند، ۱۴ هزار سفر عمره به دانشجویان دانشگاه‌های کشور اختصاص یافته است. وی اظهار کرد: بر اساس زمان‌بندی اعلام شده، اعزام دانشجویان به عمره از تاریخ ۲۱ تیر ماه سال جاری آغاز و در تاریخ ۳ شهریور ماه سال جاری به اتمام خواهد رسید.

مسایلی ادامه داد: دانشجویان در طول هفت هفته پرواز، از فرودگاه‌های تهران، شیراز، اصفهان، تبریز و مشهد به عمره اعزام می‌شوند. وی با اشاره به برگزاری عمره مفرده به تفکیک برادران و خواهران، افزود: با توجه به اینکه امسال ۷۰ درصد دانشجویان اعزامی را دختران دانشجو تشکیل می‌دهند، لذا چهار هفته اول پروازی به دختران و سه هفته پایانی به پسران دانشجو اختصاص یافته است.

این مقام مسؤول با تقدیر از مساعدت دستگاه‌های مختلف که جهت برگزاری سفر عمره مفرده دانشجویان تلاش می‌کنند، افزود: با مساعدت سازمان حج و زیارت و شرکت هواپیمایی ایران ایر و سایر دستگاه‌های دست اندرکار، هزینه اعزام دانشجویان به عمره، یک میلیون ریال کم‌تر از هزینه‌های سایر اقشار جامعه است.

مسایلی در پایان با اشاره به موفقیت آمیز بودن برگزاری عمره‌های دانشجویی افزود: در طول شش سال اعزام مستمر دانشجویان به عمره، تاکنون بالغ بر ۶۰ هزار دانشجو به عمره مفرده دانشجویی اعزام شده‌اند.

– برخورد، اختلاف و درگیری

این گونه از رویدادها حاوی برخوردهایی هستند که در شکل‌های مختلف جلوه‌گر می‌شوند و بین افراد، گروه‌ها، ملت‌ها و کشورهای مختلف صورت می‌گیرد. این برخوردها گاهی به شکل برخورد انسان‌ها علیه انسان‌ها به صورت فرهنگی یا فیزیکی و در حالت‌های دیگر انسان‌ها علیه محیط و طبیعت، فجایع طبیعی و حیات وحش و ... می‌باشد. اخبار مربوط به سرقت‌ها، جنگ‌ها، قتل‌ها، تصادفات، زلزله‌ها، آتشفشان‌ها و ... از این جمله می‌باشند.

مثال:

حل اختلاف هسته‌ای ایران از طریق مذاکره مستقیم

خبرگزاری فرانسه: دوتن از سناتورهای آمریکایی خواستار حل اختلاف فناوری هسته‌ای ایران از طریق مذاکره مستقیم شدند.

مثال:

اعتراض دانشجویان دانشگاه آزاد

برای حل مشکل صنفی، به خیابان کشیده شد

گروه اجتماعی – تجمع صنفی دانشجویان دانشکده فنی مهندسی دانشگاه آزاد تهران مرکز که ظهر دیروز آغاز شده بود، به بیرون از دانشکده فنی کشیده شد.

دانشجویان دانشکده فنی مهندسی دانشگاه آزاد تهران مرکز با عنوان این که با وجود داشتن سطح علمی بالا از کمترین امکانات آموزشی و رفاهی برخوردارند، در تجمع دانشجویی خود خواستار رسیدگی به مسایل رفاهی این دانشگاه شدند. این دانشجویان در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا از عدم پاسخگویی مسئولان دانشگاه به دانشجویان انتقاد کردند و افزودند: زمانی که به ریاست دانشکده برای تغییر استادان رجوع کردیم، با برخورد نامناسبی از سوی آنها مواجه شدیم. یکی از دانشجویان با اشاره به امضای ۱۵۰ دانشجو برای تغییر استاد افزود: تنها جوابی که از معاونت آموزشی دریافت کرده‌ایم، پاسخ منفی به نیازهای ما بوده و این که حاضر به هیچ همکاری برای تغییر استادان نشده‌اند.

– استثنا و شگفتی‌ها

این نوع خبرها از نظر کم سابقه بودن، غیرعادی بودن، نادر بودن و عجیب بودن دارای ارزش خبری هستند. تولد گوساله دو سر، قد بلندترین فرد جهان، سنگین‌ترین مرد جهان، سقوط شخصی از بالای آسمانخراش و زنده ماندن او و ... از این جمله خبرها می‌باشند. تولید سلول بنیادین جنین توسط جهاد دانشگاهی، کسب مقام نخست در المپیادهای جهانی توسط دانشجویان ایرانی، اختراعات و اکتشافات دانشجویی، شبیه‌سازی حیوانات توسط پزشکان ایرانی، پیوند کم سابقه اعضای بدن، وقایعی که حالت عادی و معمول را ندارد و به نوعی برای خوانندگان جالب و متحیر کننده است و ... نیز از این دسته می‌باشند که مناسب درج و پردازش به صورت گزارش در نشریات دانشجویی می‌باشند.

مثال:

رییس جهاد دانشگاهی کشور:

نخستین حیوان شبیه‌سازی شده در ایران

تا پایان امسال متولد می‌شود

خبرگزاری فارس: رییس جهاد دانشگاهی کشور گفت: امیدواریم بتوانیم تا پایان امسال، خبر تولد نخستین حیوان شبیه‌سازی شده توسط پژوهشگران و محققان جهاد دانشگاهی را به مردم شریف و جامعه علمی ایران بدهیم. علی‌منتظری دیروز در حاشیه برگزاری کنفرانس بین‌المللی قنات در دانشگاه شهید باهنر کرمان تولد نخستین حیوان شبیه‌سازی شده توسط محققان جهاد دانشگاهی را، هم ردیف مسأله تولید، تکثیر و انجماد سلول‌های بنیادی ارزیابی کرد.

وی افزود: جهاد دانشگاهی همواره سعی دارد به عنوان پل ارتباطی بین دانشگاه و جامعه عمل کند و با شناسایی مشکلات و نیازهای جامعه و در عین حال با استفاده از توانایی‌های علمی و پتانسیل‌های بالقوه فناوری که در دانشگاه وجود دارد برای رفع نیازها گام بردارد.

– بزرگی، فراوانی و تعداد

این ارزش خبری به طور عمده اعداد و ارقام را شامل می‌شود و هر چه حجم و آمار بیشتر باشد ارزش خبری بیشتر است. ارزش خبر سانحه تصادف و کشته شدن هفت نفر بیشتر از خبر سانحه تصادف و کشته شدن دو نفر است. مثال:

دو میلیون و ۷۰۰ هزار دانش‌آموخته دانشگاهی بیکارند.

دبیرکل مجمع متخصصان ایران با اعلام این خبر افزود: براساس برآوردهای انجام شده از چهار میلیون ایرانی ساکن در خارج از کشور ۶۰ درصد دانش‌آموخته دانشگاه‌ها هستند که باید زمینه جذب آنان، که در نوع خود از تخصص‌های بالایی نیز برخوردارند، فراهم شود.

مثال:

۲۵ درصد ایرانیان دارای تحصیلات عالی

در اروپا زندگی می‌کنند

کمیسیون آموزش مجلس با تهیه گزارشی در خصوص فرار مغزها آورده است: این رقم در مورد کشورهای کره و فیلیپین به ترتیب ۱۵ و ۱۰ درصد است. بر اساس این گزارش از ایران ۱۰۵ هزار نفر، هند ۲۲۸ هزار نفر و چین ۱۶۵ هزار نفر با تحصیلات عالی به کشور آمریکا مهاجرت کرده‌اند. همچنین سخنگوی وزارت خارجه نیز چندی پیش در کنفرانس مطبوعاتی از مهاجرت حدود ۹۰۰ ایرانی به کشورهای اروپایی خبر داد.

– مجاورت

خوانندگان و مخاطبان مایلند که ابتدا خبرهای مربوط به محله، شهر، کشور و کشورهای همجوار خود را برای خواندن در اولویت قرار دهند.

مجاورت ممکن است به صورت جغرافیایی، معنوی، فرهنگی، هنری، صنفی، تحصیلی و حتی به صورت جنسیتی باشد. در نشریات دانشجویی مجاورت بیشتر صنفی، فرهنگی و تحصیلی است.

ممکن است دو دانشگاه از نظر فاصله از هم دور باشند، اما به دلیل داشتن رشته مشترک مجاورت تحصیلی پیدا کنند. به عنوان مثال دانشجویان رشته هنر در کارهای هنری با هم اشتراک و مجاورت معنوی دارند. مجاورت جغرافیایی، محله، شهر، استان، کشور و به طور کلی منطقه مجاور را شامل می‌شود.

در دانشگاه‌ها بیشتر مجاورت فرهنگی، معنوی و جنسیتی کاربرد دارد.

مثال:

یک سوم اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها زن هستند

تهران- خبرگزاری مهر: به رغم این که در دهه‌های گذشته زنان نقش کم‌رنگی در عرصه‌های مختلف علمی و فرهنگی داشته‌اند، امروزه بیش از یک سوم، اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی در تصاحب زنان است. دبیر ستاد رفاه اعضای هیأت علمی وزارت بهداشت، افزود: در حال حاضر حدود ۱۰ هزار و ۳۰۰ نفر به عنوان اعضای هیأت علمی در دانشگاه‌های علوم پزشکی فعالیت دارند که یک سوم آنها را زنان تشکیل می‌دهند و این رقم قابل ملاحظه‌ای است.

دکتر علیرضا صدیقی در گفت و گو با خبرگزاری مهر با انتقاد از مشکلات معیشتی و اجتماعی که اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها با آن دست به گریبان هستند، افزود: البته با توجه به تشکیل جلسه هیأت دولت در ۲۲ تیر ماه، مصوبات مؤثری در این راستا اتخاذ شده است که امیدواریم مسؤولان اجرایی در اجرای آن سرعت بیشتری داشته باشند.

اعضای هیأت علمی به عنوان نخبگان جامعه نمی‌توانند با شعار زندگی کنند بلکه مسؤولان باید با ایجاد بسترهای مناسب حداقل امکانات رفاهی را برای این اعضا مهیا کنند.

دکتر صدیقی افزود: اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها انتظار مزایایی اضافه بر حق خود نیستند و به عنوان مثال نمی‌خواهند که سهمیه‌ای ویژه برای فرزندان آنها در کنکور در نظر گرفته شود ولی ممنوعیت نقل و انتقال فرزندان این اعضا نیز که سال‌ها مورد پذیرش نظام آموزشی کشور بود مورد پذیرش نیست، اگر چه با کارهای کارشناسی شده از طریق وزارت علوم و وزارت بهداشت و سازمان سنجش به توافقاتی در این زمینه رسیده‌ایم.

– زمان و تازگی

هر چه زمان وقوع رویداد تا انعکاس خبر کمتر باشد ارزش خبری بیشتر است. در دنیای امروزه که رقابت بین مطبوعات بسیار زیاد است روزنامه‌هایی موفق‌تر هستند که حاوی اخبار تازه‌تر و خبرهای به‌موقع باشند.

مثال:

عضو بسیج دانشجویی دیروز از تشکیل پارلمان دانشجویی حمایت کرد

تهران - ایسنا: عضو شورای تبیین مواضع بسیج دانشجویی دانشگاه‌های استان تهران، روز گذشته با حمایت از پارلمان دانشجویی بر «غیر دولتی بودن» آن تأکید کرد.

عبدالله گنجی گفت: «باید اعضای پارلمان دانشجویی منتخب دانشجویان و تشکل‌های دانشجویی باشند».

وی افزود: این پارلمان نباید متولی دولتی داشته باشد، بلکه باید به صورت NGO اداره شود. به گفته وی، «پارلمان دانشجویی می‌تواند به عنوان یک مرکز علمی و مکمل مجلس باشد و مطالبات و خواسته‌های مختلف دانشجویان از جمله مطالبات سیاسی آنها را به صورت طرح کارشناسی شده به کمیسیون‌های مختلف مجلس ارجاع دهد تا از طریق این کمیسیون‌ها مطالبات خود را پیگیری کنند.»

این عضو بسیج دانشجویی در عین حال تصریح کرد: اساس‌نامه پارلمان دانشجویی باید با قانون اساسی و حاکمیت دینی منطبق باشد و اگر با این اصول تطبیق نداشته باشد، مشروع نخواهد بود.

عناصر یا ارکان خبر

ارزش‌های خبری به اخبار شکل می‌دهند، عناصر خبری اخبار را به نمایش می‌گذارند.

هر اندازه عناصر و ارکان خبر کاملتر باشد آن خبر برای مخاطب جذاب‌تر و جالب‌تر خواهد بود. انتشار و بیان وقایع جالب اجتماعی زمانی به خوبی شکل می‌گیرد که عوامل و عناصر مؤثر در ایجاد هر واقعه به طور کامل جست‌وجو و تنظیم گردد.

به طور کلی خبر هر چند کوتاه باشد، باید عوامل و عناصر زیر را در خود داشته باشد.

چه کسی (که)؟ شخص یا اشخاص و اشیایی که در واقعه و رویداد شرکت یا مداخله دارند یا به نحوی با آن ارتباط دارند.

کجا؟ مکان وقوع رویداد؛

چه چیزی (چه)؟ آنچه که رویداد را تشکیل می‌دهد و موضوع و نوع واقعه و ماهیت آن را مشخص می‌کند.

چه وقت (کی)؟ زمان وقوع رویداد؛

چرا؟ علت و انگیزه‌ای که سبب وقوع رویداد شده است.

چطور (چگونه)؟ نحوه وقوع رویداد و ترکیب و کیفیت آن را توصیف و

تشریح می‌کند.

بین ارزش‌های خبری و عناصر خبر ارتباط مستقیم وجود دارد.

ارکان خبری	ارزش خبری
که ؟	شهرت
چه ؟	درب‌برگیری، استثنا و شگفتی‌ها
کجا؟	اختلاف و تضادها
کی ؟	مجاورت
	تازگی

دو عنصر «چرا» و «چگونه»، ارزش تحلیلی و توصیفی دارند و توضیح می‌دهند که رویداد چرا و چگونه به وقوع پیوسته است.

بدون عوامل بالا از نظر خبرنگار، هیچ واقعه و رویدادی تحقق نمی‌یابد چرا که یک خبر از عناصر و ارکان خبری که لازمه رویداد و وقایع است، تشکیل می‌شود. لذا یک خبرنگار برای تهیه خبر باید به شش سؤال ارکان خبری پاسخ دهد.

که: شخص یا اشخاصی که عامل و فاعل رویداد هستند و یا در واقعه دخالت دارند را مشخص می‌کند، برای تکمیل این جزء از ارکان خبر باید نام، نام خانوادگی، سن، شغل، ویژگی‌های خاص و عامل رویداد آورده شود.

عنصر «که» در خبر همیشه انسان نیست، بلکه ممکن است شیء سازمان، حیوان، جسم و غیره باشد، که هر کدام متناسب با خصوصیات خود باید اطلاعات لازم را برای معرفی کامل به خواننده به همراه داشته باشد.

در بعضی مواقع برای تنظیم خبر در پاسخ به عنصر «که» نام اشخاص را نمی‌آورند و تنها به ذکر مقام و سمت اکتفا می‌کنند. در واقع نام و نام خانوادگی شخص خبرساز زمانی آورده می‌شود که خواننده از او سابقه قبلی در ذهن داشته باشد و با شنیدن نام او چهره و قیافه او را در ذهن مجسم کند در این صورت آوردن نام، خبر را جذاب‌تر می‌کند.

می توان گفت: آوردن نام اشخاص مشهور حقیقی و حقوقی با توجه به میزان شهرت در بیشتر خبرها ارزش خبر را بالا می برد.

مثال:

عبدالله جاسبی:

دولت و مجلس ، از محل در آمد نفتی به دانشجویان کمک کند

تهران - ایسنا: عبدا... جاسبی رییس دانشگاه آزاد اسلامی گفت: دولت و مجلس امسال از درآمدهای سرشار نفت، به دانشجویان دانشگاه آزاد کمک کنند.

کی: زمان وقوع حادثه را مشخص می کند هر چه زمان رویداد دقیق تر درج شود می تواند در بالا رفتن ارزش خبری مؤثرتر باشد.

اگر زمان رویداد از تازگی برخوردار باشد باید در پاراگراف اول (لید) آورده شود در روزنامه ها که تاریخ در بالای صفحه درج می شود و هر روز انتشار می یابند از قید دیروز، امروز و فردا استفاده می شود اگر بخواهند دقیق تر باشد ساعت را نیز می آورند .

مثال:

گروه سیاسی - آیت... شاهرودی، رییس قوه قضاییه، دیروز در پیامی به کنگره مرکزی یادواره شهدای دانشجوی کشور، دانشجویان را مرزبانانی خواند که آماج تیر خشم و طمع دشمنان ایمان، استقلال و دیانت این مملکت هستند.

کجا: هر رویداد از وجه مکانی برای خود یک محل وقوع دارد عنصر کجا محل وقوع حادثه رویداد را مشخص می کند.

به این منظور ذکر شهر و یا دانشگاه برای مکان کافی است اما اگر شهر و دانشگاه برای مخاطبان گمنام باشد، باید توضیحاتی در مورد موقعیت جغرافیایی آن ارائه گردد.

این مهم برای محل‌های دیگر نیز صادق است، چنانچه محل وقوع رویداد برای مخاطبان آشنا نباشد، باید توضیحاتی داده شود.
مثال:

سمینار بررسی تحولات هسته‌ای ایران در دانشکده حقوق و علوم سیاسی برگزار شد

گروه سیاسی - سمینار بررسی تحولات هسته‌ای ایران با عنوان « ماجرای هسته‌ای از فن‌آوری تا شورای امنیت » در دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران برگزار شد.

چه: این عنصر بر ماهیت رویدادی که قرار است به خبر تبدیل شود، دلالت می‌کند. عنصر چه، موضوع و وقوع رویداد را بیان می‌نماید و معلوم می‌کند که خبر در چه رابطه‌هایی با چه ماهیت و کیفیتی روی داده است. لذا وقایع از هم تفکیک می‌شوند. چرا که خبر ممکن است در موضوعات مختلف از جمله سفر مقامات، سیل، زلزله، کشف علمی، افتتاح طرح‌ها، کسوف، درگیری، جشن، شورش، قتل، اعتراض، کسب رتبه المپیادی و ... باشد.
مثال:

دبیر ستاد ازدواج دانشجویی:

مراسم ازدواج دانشجویی امسال

از یک تا هفت بهمن‌ماه برگزار می‌شود

تهران - خبرگزاری فارس: دبیر ستاد ازدواج دانشجویی با بیان اینکه در سال جاری ۳۰ هزار زوج دانشجو مراسم ازدواج خود را برگزار می‌کنند گفت: مراسم ازدواج دانشجویی امسال از یک تا هفت بهمن برگزار می‌شود.
محمدعلی وکیلی با اشاره به اینکه زمان ثبت نام ازدواج دانشجویی در سراسر کشور از ۱۰ آبان آغاز می‌شود و تا یک ماه مهلت دارد گفت: دانشگاه‌های کشور در انتخاب برگزاری مراسم ازدواج دانشجویی در فاصله یک تا هفت بهمن آزاد هستند.

چرا : علت وقوع حادثه و هدف و انگیزه فاعل یا فاعلان رویداد را مشخص می کند در واقع انگیزه‌های که سبب واقعه شده را، معین می کند.

به طور معمول پاسخ به سؤال چرا در مراحل اولیه خبر میسر نیست و برای یافتن پاسخ آن نیاز به وقت، جست‌وجو، تحقیق و کسب اطلاعات از منابع مختلف بیشتر، ضروری است مانند سقوط یک هواپیما که در مراحل اولیه فقط خبر سقوط هواپیما منتشر می شود و در مراحل بعد و در گزارشات مفصل تر به علت چگونگی سانحه هواپیما پرداخته می شود.

در مورد علت، ممکن است در صورت مشخص نشدن قطعی علت اصلی سقوط هواپیما، در تنظیم خبر و گزارش، خبرنگاران مختلف نظرات خود را در گزارش دخیل کنند.

ممکن است یک خبرنگار، رویداد را از زاویه دید خود گزارش کند و علت حادثه را اشتباه خلبان بداند و خبرنگار دیگر از برج مراقبت و یا دیگری مشکل نقص فنی و ... را علت سانحه و سقوط هواپیما بدانند.

مثال:

هواپیمای سی -۱۳۰ با ۱۰۴ سرنشین در شهرک توحید سقوط کرد

گروه خبری - به سبب آتش گرفتن یکی از موتورها، هواپیمای سی - ۱۳۰ که حامل ۱۰۸ نفر خبرنگار و پرسنل روابط عمومی ارتش به منطقه مانور دریایی در استان سیستان و بلوچستان بود، قبل از فرود اضطراری در شهرک توحید نیروی هوایی سقوط کرد.

چگونه : چگونگی و نحوه وقوع حادثه را مشخص می کند. همانطور که در تعریف خبر گفته شده است، تنها اعلام وقایع کافی نیست، بلکه چگونگی واقعه که گاهی وقت‌ها ساده است و فقط با ذکر یک جمله می توان آن را توضیح داد، باید در ادامه آورده شود.

به طور کلی خبر برای کامل شدن باید به شش عنصر بالا پاسخ دهد. از طرف دیگر کامل بودن خبر، به اهمیت خبر و میزان علاقه خوانندگان به دانستن بستگی دارد. هر چه اهمیت خبر بیشتر و تمایل برای خواندن خبر بیشتر باشد، خبر را باید مشروح تر و جامع تر تهیه کرد.

گاهی نیز در خبر به شش عنصر خبری پاسخ داده می شود اما توضیحات بیشتر بدلیل اهمیتی که آن خبر دارد. لازم است و بر میزان علاقه مخاطبان به دانستن می افزاید. لذا هر چه اهمیت خبر بیشتر باشد و خوانندگان تمایل بیشتری برای آگاهی یافتن از آن خبر داشته باشند، باید خبر را مشروح تر و جامع تر تهیه کرد.

سبک های خبر نویسی

- سبک هرم وارونه؛
- سبک تاریخی؛
- سبک تاریخی همراه با لید؛
- سبک پایان شگفت انگیز؛
- سبک بازگشت به عقب؛
- سبک تشریحی؛

سبک هرم وارونه

در بین سبک های خبرنگاری سبک هرم وارونه رایج ترین و مهمترین سبک خبری است و کلید نگارش در این سبک بدین ترتیب است که چکیده جالب ترین و مهمترین قسمت رویداد در ابتدا آورده می شود و به ترتیب به طرف پایین از اهمیت خبر کاسته می شود و کم اهمیت ترین قسمت خبر در انتها آورده می شود.

سبک هرم وارونه یکی از مؤثرترین و کارآمدترین روش انتقال اخبار و اطلاعات است، چرا که بر اساس نظرسنجی از خوانندگان، به طور متوسط کمتر از ۲۰ دقیقه از وقت خود را در روز صرف خواندن روزنامه و نشریات می‌کنند، که به طور معمول خبر را با خواندن تیتیر آغاز می‌کنند، اگر آن خبر ارتباطی با کار، زندگی و علاقه آنان داشته باشد، لید را نیز مطالعه می‌کنند. چنانچه لید نیز یک موضوع جالب و مورد علاقه را برای مخاطب باز کند، متن خبر را نیز می‌خوانند.

در این سبک ابتدا خلاصه‌ای از مهمترین نتایج حاصل از کار تهیه خبر در لید آورده می‌شود سپس توضیحات بیشتر با بیان کوتاه و هنرمندانه به ترتیب اهمیت آورده می‌شود.

در هرم وارونه قاعده هرم (قسمت بالایی) حاوی جذابترین بخش خبر است.

سبک هرم وارونه به منظور زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد و مورد علاقه مخاطب است:

- **شیوه طبیعی نقل وقایع**؛ همانطور که مردم در خبررسانی عادی خود به یکدیگر به طور طبیعی از همین شیوه استفاده می‌کنند و در ابتدا مهمترین قسمت رویداد را برای دیگری نقل می‌کنند.

- **مشخص شدن سریع تکلیف خواننده با متن**؛ خواننده به محض خواندن پاراگراف نخست تمایل خود را به متن آن خبر متوجه می‌شود.

- **پردازش آسان تر خبر**؛ خبرنگار خواهد توانست با درجه بندی اجزا خبر و میزان اهمیت آنها و مدت زمان کوتاه خبر را پردازش و تهیه نماید.

- **کمک به مدیر هنری**؛ صفحه آرا و مدیر هنری نیز به سادگی اندازه متن را با میزان جایی که در صفحه باقی مانده تنظیم می‌کنند و می‌توانند چنانچه با محدودیت فضا مواجه شدند قسمت بی اهمیت خبر را حذف نمایند.

- **تیتیر نویسی آسان تر؛** به دلیل مشخص بودن چکیده و کلیات متن خبر در لید نوشتن تیتیر به سادگی انجام می شود.

- **اشغال فضای کمتر؛** سبک هرم وارونه به دلیل اینکه از ایجاز و اختصار برخوردار است و قسمت های زاید حذف می شود. جای کمتری در روزنامه می گیرد و به این ترتیب جا برای سایر خبرها باز می شود و به تنوع خبری روزنامه کمک می کند.

موارد دیگر از مزایای این سبک:

- در لید، چکیده مهمترین مطلب خبر آورده می شود.
- حس کنجکاوی خواننده را به سرعت ارضا می کند.
- موجب خستگی خواننده نمی شود.
- خواننده در مدت کمی متوجه اصل خبر خواهد شد.

شایان ذکر است که خبرهای بلند، خوانندگان کمتری دارند و افزایش پاراگرافها با علاقه خوانندگان رابطه معکوس دارد و تعداد مخاطبان را کاهش می دهد.

معایب سبک هرم وارونه

- خبرنگار به دلیل دخل و تصرفی که در تهیه خبر در این سبک دارد و اجزای خبر را برای جالب و جذاب تر شدن جابجا می کند، نظر و سلیقه خود را نیز در برجسته کردن خبر دخالت می دهد که ممکن است تا حدی از واقعیت دور شود.
- چون خواننده چکیده خلاصه خبر را در پاراگراف می خواند در مواردی متن خبر ممکن است چندان مورد علاقه خواننده قرار نگیرد و بقیه خبر را نخواند.
- آنچه در پاراگراف اول (لید) آمده است، دوباره در متن خبر تکرار می شود که برای خواننده چندان جالب نیست.

موارد استفاده از سبک هرم وارونه

از سبک هرم وارونه در سمینارها، سخنرانی‌ها، مصاحبه‌های خبری، کنفرانس‌ها و... استفاده می‌شود.

برای نوشتن خبر به سبک هرم وارونه ابتدا باید سوالات زیر را مطرح کرد و با توجه به آنها خبر را پردازش نمود.

- کدامیک از جمله‌های واقعه از جمله‌های دیگر مهمتر است؟
- ارزش‌های خبری واقعه کدامند؟
- تغییرات رویداد چه بوده است؟
- چگونه می‌توان با حداقل کلمات، بهترین لید را برای متن خبر نوشت؟

سبک تاریخی

در سبک تاریخی رویداد به همان صورتی که اتفاق افتاده تنظیم می‌گردد و شیوه نگارش آن به ترتیب زمان وقوع ماجرا و داستان است و از لحظه شروع تا پایان تشریح می‌شود. بدون آنکه به دلیل ارزش خبری اجزا خبر، ردیف و ترتیب حقیقی و واقعی خود را از دست بدهد.

سبک تاریخی لید ندارد و برعکس هرم وارونه است و تنظیم خبر به طور طبیعی در قسمت شروع خبر از اهمیت کمتری برخوردار است و هر چه به پایان خبر نزدیکتر می‌شود، اهمیت خبری نیز بیشتر می‌شود.

چون این نوع سبک برای خواننده کسل کننده است، منحصر به گزارش‌های علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تحقیقی می‌باشد.

در سبک تاریخی رویدادها یا اجزا خبر به طور کامل و به ترتیب وقوع بیان می‌شوند. لذا خبر واقعی‌تر جلوه می‌نماید و برجسته کردن و جنجالی شدن که در هرم وارونه مرسوم است در این سبک وجود ندارد.

فواید سبک تاریخی

- مطلب به همان شکلی که در رویداد بود، بیان می‌شود.
- دخل و تصرف در تنظیم خبر مانند سبک هرم وارونه نیست و بسیار کم است.

معایب سبک تاریخی

- زمان بیشتری برای تنظیم خبر لازم است.
- مخاطب برای آگاهی یافتن از خبر باید متن را به طور کامل بخواند که این کار، وقت زیادی می‌برد.
- موجب خسته شدن مخاطب می‌گردد. لذا امکان ترغیب خواننده به خواندن متن طولانی خبر کاهش می‌یابد.
- به دلیل طولانی بودن خبر، مشکل تراکم خبر وجود دارد.
- صفحه‌بندی و تهیه ماکت در سبک تاریخی دشوارتر از سبک هرم وارونه است.

سبک تاریخی همراه با لید

این سبک ترکیبی از سبک هرم وارونه و تاریخی است در این سبک ابتدا چکیده مهمترین مطلب و محتوای خبر در لید آورده می‌شود و سپس ماجرا به آن صورتی که اتفاق افتاده شرح داده می‌شود.

سبک تاریخی به همراه لید درمیان روزنامه نگاران به ویژه کسانی که رویدادهای شهری و خبرهای حوادث را گزارش می‌کنند، از جذابیت بالاتری برخوردار است.

سبک تاریخی همراه با لید در بعضی مواقع مضمونی داستانی و محتوایی خاصی می‌یابد که می‌تواند در متن خود تضاد، زاویه دید، فراز و فرود، ریتم یا آهنگ، رنگ یا نواخت، صفحه‌پردازی، فضا و ... به همراه داشته باشد.

موارد استفاده این سبک در اخبار حوادث و رویداد های شهری و ... است.

مثال:

گروه حوادث - مردم خرم آباد با حضور به موقع خود یک صراف را همراه با چهار کیلوگرم طلا از چنگال مهاجمان مسلح نجات دادند.

عصر روز چهارشنبه مقارن ساعت ۱۶/۳۰ یک صراف در مغازه خود واقع در ۱۵۰ متری استانداری لرستان، به کار مشغول بود که با سه نفر مسلح به سلاح کمری و سلاح سرد روبه رو شد.

ابتدا یکی از سارقان با صراف شروع به صحبت کرد و سپس دو همراه سارق پس از شروع درگیری به او ملحق شدند و با همکاری هم سعی کردند، صراف را با زور و تهدید به داخل خودروی خود هدایت کنند.

لحظاتی بعد یک جوان به نام «مهرداد م.» به کمک صراف شتافت و با سارقان درگیر شد.

با اوجگیری درگیری مردم نیز به کمک صراف و جوان شتافتند و دامنه درگیری به پاساژ کسری، واقع در چهارراه بانک، خرم آباد کشیده شد.

در این هنگام یکی از مغازه داران که شاهد درگیری بود با پلیس ۱۱۰ تماس گرفت و چند دقیقه بعد، مأموران پلیس در محل حاضر گشتند اما سارقان با شنیدن صدای آژیر ماشین پلیس متواری شدند و مأموران پلیس نیز با حضور در محل، به تعقیب سارقان پرداختند.

اما سارقان موفق شدند با مجروح کردن ۲ نفر به وسیله خودروی خود از محل حادثه بگریزند.

مجروحان حادثه نیز بلافاصله توسط مردم به بیمارستان انتقال یافتند. خبرها از وخامت حال جوان مجروح شده، حکایت دارد.

تا لحظه مخابره خبر که چهار ساعت پس از حادثه بود، پلیس نتوانسته است، سرخنی از سارقان به دست آورد.

سبک پایان شگفت انگیز

در این سبک اصل ماجرا و یا قفل ماجرا در پایان خبر باز می‌شود و خواننده را شگفت زده می‌کند این سبک به دلیل پاسخگویی به نیاز حس نوجویی خواننده پا به عرصه ادبیات روزنامه‌نگاری معاصر گذاشته است.

این سبک برای خبرهای کم نظیر و شگفت انگیز که منحصر به فرد است به کار برده می‌شود. سبک پایان شگفت انگیز از سبک‌های شیرین خبرنگاری است.

مثال:

گروه اجتماعی - راننده وانت به طمع دریافت پول کلان، برای حمل بار از سوی مشتری خود دچار دردسر شد.

این راننده وانت که در محل تجمع ماشین‌های باری و وانت‌بار ایستاده بود هنگام غروب و در پایان کار روزانه زمانی که دیگر همکارانش کار را تعطیل کرده بودند با یک مشتری مواجه شد که از او خواست تا برای حمل بارش با او برود، اما راننده وانت به دلیل خستگی و پایان کار روزانه، پاسخ منفی داد، اما وقتی مشتری وعده پولی کلان بابت کرایه را مژده داد. خو استه او را پذیرفت.

این راننده می‌گوید: از او خواستم که بگوید بارش چیست و او گفت چیز خاصی نیست. سپس با او همراه شدم و به سمت مقصد او حرکت کردیم.

هنگام غروب بود، سنگینی دست این مرد میانسال را بر روی دوش احساس می‌کردم. هر چه جلوتر می‌رفتیم خانه‌ها قدیمی‌تر و کوچه‌ها باریک‌تر می‌شدند. دوباره از او خواستم بگوید که بارش چیست. اما او بعد از من و من کردن از جواب دادن طفره رفت و گفت باور کنید چیز زیادی نیست.

راننده وانت در ادامه افزود: رفتار شتابزده و دست پاچه‌اش شک مرا نسبت به او بیشتر کرد. هوا تاریک شده بود و در دل من غوغایی بر پا شده بود خواستم بگویم من منصرف شدم و نمی‌خواهم بار شما را حمل کنم و پول شما را هم نمی‌خواهم که دیدم به کوچه‌ای بن‌بست رسیدیم و آن مرد گفت نگاه دارید.

سپس پیاده شد و کلیدی از جیب خود بیرون آورد و در داخل قفل در چرخاند، سپس دو لنگه در را باز کرد و از من خواست وانت را داخل حیاط ببرم. وارد حیاط شدم، ماشین را خاموش کردم و پیاده شدم.

حیاط بزرگی بود که در آن چند درخت و چند اتاقک قدیمی جدا از هم، در آن به چشم می‌خورد. مردی هم در وسط حیاط ایستاده بود و در حالیکه مضطرب و نگران به نظر می‌رسید، دست به چانه فکر می‌کرد و در حیاط به این طرف و آن طرف می‌رفت. یک تپه بزرگ آت و آشغال هم در گوشه‌ای از حیاط جمع شده بود که با دیدن آن، عصبانی شدم و گفتم این همه بار، تو که گفته بودی چیز زیادی نیست، من که نمی‌توانم کمک کنم، صبح تا الان خیلی کار کردم دیگرحالی برای من نمانده است.

مرد جواب داد؛ اینها بار نیستند، بار داخل آن اتاقک است. با من بیاید. سپس با او وارد آن اتاقک تنگ و تاریک شدم. برق را روشن کرد با سر به وسط اتاقک اشاره کرد و به من گفت بار این است. با دیدن بار داخل اتاق برق از سرم پرید سرم سیاهی رفت و گیج و منگ شدم. چیزی نمانده بود از ترس بیهوش شوم در حالیکه سخت سست شده بودم و دست و پای من می‌لرزید با بی حالی روی زمین نشستیم. آخه بار یک جسد بود که در وسط اتاق افتاده بود.

مثال:

تهران - ایرنا: پلیس تصمیم گرفت راننده‌ای را که باعث یک تصادف شده بود، مجازات نکند.

«جورج» پسر «آرتور اسمیت» شهردار بیرمنگام، انگلیس داخل اتومبیل پدر خود که بر بالای تپه‌ای پارک شده بود با فرمان اتومبیل باز می‌کرد که ناگهان اتومبیل به حرکت درآمد. «جورج» که ناخواسته با خلاص کردن اتومبیل به دردر افتاده بود، نتوانست واکنشی نشان دهد و اتومبیل را متوقف کند و اتومبیل با سرعت به اتومبیل پارک شده در پایین تپه برخورد کرد و خسارتی به بار آورد. در این حادثه تصادف، برخلاف خسارت وارد شده به اتومبیل‌ها، پلیس راننده متخلف را جریمه نکرد، چون راننده ۱۸ ماه بیشتر سن نداشت.

سبک بازگشت به عقب

این سبک در نقطه مقابل سبک تاریخی است. در این سبک متن خبر با آخرین قسمت واقعه آغاز و سپس سوابق امر برای روشن شدن موضوع بیان می‌شود. این سبک برای هر نوع خبری کارآیی ندارد و بستگی به مهارت، توان و تیزبینی

روزنامه‌نگار دارد که چگونه تناسب میان سبک نگارش و موضوع خبری را تنظیم نماید. به طور معمول این سبک برای خبرهای کوتاه به کار می‌رود و پاراگراف اول می‌تواند نقش لید را داشته باشد.

مثال:

گروه فرهنگی - کسری بودجه دانشگاه‌های سراسری و آزاد، از جمله معضلاتی است که از ابتدای امسال، فضای محیط‌های آموزشی را تحت تأثیر قرار داده است که در این میان نمایندگان کمیسیون آموزش مجلس مدعی پیگیری حل مشکل بودجه دانشگاه‌ها بوده‌اند.

به گفته عضو کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس طرح‌هایی در دست بررسی است که بر اساس آن بودجه و شهریه‌ی دانشگاه‌های دولتی و غیر دولتی ساماندهی می‌شود. مجلس در رابطه با اصلاح برخی از مواد برنامه چهارم، ۱۰۰ میلیارد تومان برای تهیه مواد، ملزومات و تجهیزات دانشگاه‌ها اختصاص داد. لازم به یادآوری است، که در سال گذشته وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ۱۷۰ میلیارد و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ۸۰ میلیارد تومان کسری بودجه داشتند.

دانشگاه آزاد نیز در پی تأکید بعضی از مسئولان مبنی بر کاهش شهریه، موظف شد بود که میزان سرانه دانشجویان را به کمیسیون مجلس اعلام کند که با وجود پایان یافتن مهلت تعیین شده، هنوز گزارشی از سوی دانشگاه آزاد اسلامی ارائه نشده است.

سبک تشریحی

در این سبک همانگونه که رویداد قسمت به قسمت گزارش می‌شود، برای هر قسمت توضیح لازم داده می‌شود. این سبک برای خبرهایی به کار می‌رود که در آن اختلاف نظر وجود دارد. از این سبک در خبرهای بلند و گزارش‌های تفصیلی نیز استفاده می‌شود.

مثال:

تهران - خبرگزاری جمهوری اسلامی: هواپیمای آزمایشی «آوریل» که برای پرواز بر فراز سیاره مریخ طراحی شده است، روز گذشته با موفقیت مورد آزمایش قرار گرفت.

به گفته سازمان فضایی آمریکا ناسا، این هواپیما «آوریل» از یک بالون پرشده توسط گاز هلیوم از ارتفاع ۱۰۱ هزار پایی به سوی زمین رها شده است. دانشمندان می گویند که از مدت‌ها پیش تحقیقات بر روی این هواپیما آغاز شده و از قدرت مانور بالایی برخوردار است. این هواپیما می‌تواند نقش مهمی در مأموریت‌های اکتشافی در سیاره مریخ ایفا کند.

طول بدنه این هواپیما بیش از چهار پا است و فاصله دو سر بال آن به هشت پا می‌رسد. به گفته دانشمندان این هواپیمای ویژه، از یک سیستم رانش ملخ دار برخوردار است و به وسیله آن می‌تواند در جو سیاره مریخ که به طور عمده از دی اکسید کربن تشکیل شده به فعالیت پردازد هواپیمای «آوریل» همچنین به شماری از دستگاه‌های پیشرفته، رباط‌ها و دوربین‌های مدرن برای مشاهده و بررسی‌های علمی در سطح این سیاره قرمز مجهز می‌باشد.

گزاره‌ها

گزاره‌ها و واژه‌ها استخوانبندی خبر را محکم می‌کنند در حقیقت حلقه‌های پیوند پاراگراف‌ها و جملات خبر به یکدیگر هستند. به هر اندازه که مکان به‌کارگیری درست‌تر بوده و گزاره‌ها طبیعی‌تر جلوه کنند و با حداقل جلب توجه همراه باشند خبر مطلوب‌تر و جذاب‌تر خواهد بود.

رایج‌ترین گزاره‌ها عبارتند از :

علاوه بر این، افزون بر این، به‌علاوه، اما، متعاقب آن، با این همه، بنابراین، به این ترتیب، در ادامه، با این وجود، به سبب این، بالاخره، در همین حال، در عین حال، همچنین، این در حالی است که، درضمن، افزون بر آن، شایان ذکر است، گفتنی است، لازم به یاد آوری است، جدا از آن، به‌خصوص، به‌دنبال آن، در پایان و ...

از هر سبکی که برای تنظیم خبر استفاده می‌شود باید از جملات و پاراگراف‌های گویا و روشن استفاده گردد چرا که یک خبرنگار باید خبر را به ساده‌ترین شکل ممکن تنظیم کند تا خواننده به آسانی آن را بخواند و متوجه مقصود گردد.

خبرنگار موفق کسی است که یک خبر را با رعایت اصول خبرنگاری، هنر خبرنگاری، خلاقیت و نوآوری، به ساده‌ترین شکل ممکن تنظیم و پردازش نماید.

مراحل تنظیم خبر

یک خبرنگار پس از اینکه تحقیقات لازم را برای یافتن اطلاعات مربوط به یک رویداد انجام داد برای پردازش و تنظیم یک خبر باید مراحل را طی نماید. خبرنگار باید ارزش خبری رویداد و تقدم ارکان خبر را بشناسد و شیوه مناسب استفاده از سبک‌های خبر نویسی، لید نویسی و تیترو نویسی را نیز تشخیص دهد. به طور کلی مراحل زیر لازمه نوشتن خبر پس از کسب اطلاعات اولیه است.

- تشخیص خبر از غیر خبر؛

- استفاده از مفاهیم و ارزش‌های خبری مناسب؛

- ترتیب اجزا و جملات خبر و اولویت بندی بین آن؛

- استفاده از عناصر و ارکان خبری؛

- استفاده از سبک خبرنگاری مناسب با خبر؛

- لید نویسی و تیترو نویسی برای خبر؛

- تنظیم و ویرایش خبر؛

توضیحات هر کدام از موارد بالا در همین فصل آمده است.

لید

قسمت یا پاراگراف اول خبر را در سبک هرم وارونه «لید» می‌گویند که خواننده را به خواندن متن ترغیب می‌کند. لید شامل یک یا حداکثر دو جمله است، که چکیده و اصل مطالب خبر را بیان می‌کند.

لید خوب حاوی جذاب‌ترین بخش خبر است و وظیفه هدایت کردن و کشاندن مخاطب به خواندن متن خبر را بر عهده دارد.

در لید به عناصر خبری پاسخ داده می‌شود و بر اساس اینکه کدام عنصر خبر ارزش خبری بیشتری دارد، می‌توان لید را بر همان اساس تنظیم کرد.

انواع لید

الف- لید بر اساس عنصر خبری؛

که؟

کی؟

کجا؟

چه؟

چرا؟

چگونه؟

ب- لید بر اساس مضمون؛

۱- شکل آرایه؛

- استنباطی؛

- تشریحی؛

- فهرستی؛

۲- بر اساس محتوا؛

– تک موضوعی؛

– چند موضوعی؛

ج – لید بر اساس نحوه آرایه؛

– پرسشی؛

– نقل و قول؛

– داری سابقه؛

– لید تاریخی؛

– لید توصیفی؛

– لید ضرب المثلی؛

– لید قیاسی؛

– متعارض؛

– غیر عادی؛

– لید غیر متعارف؛

لید که : نام فرد یا نهاد عامل رویداد در آن می آید.

مثال:

گروه خبری – قربانعلی نجف آبادی، دادستان کل کشور خواستار رسیدگی قاطع و جدی با پرونده دانشگاه هاوایی و تأیید مدارک مؤسسات آموزشی توسط وزارت علوم شد.

لید چه : موضوع رویداد در آن طرح می شود.

مثال:

تهران – ایسنا: گروهی از دانشجویان دانشگاه تربیت معلم تهران در اعتراض به وضعیت رفاهی دانشگاه، مقابل در ورودی این دانشگاه تجمع کردند.

لید کجا : مکان رویداد در آن مطرح می‌گردد.

مثال:

گروه خبری - دانشگاه تهران، سال آینده میزبان همایش دانشجویان جهان اسلام می‌باشد.

لید چه وقت : حاوی زمان رویداد است.

مثال:

گروه خبری - فردا همایش هم اندیشی « عرفان و دانشجو» در دانشگاه شیراز برگزار می‌شود.

لید چرا : تفسیر و ماهیت رویداد را در بردارد.

مثال:

گروه خبری - به سبب داشتن حجاب اسلامی، دانشگاه‌های فرانسه از ادامه تحصیل زنان مسلمان جلوگیری می‌کند.

لید چگونه : نحوه اتفاق و چگونگی آن را توصیف می‌کند و کلیه جوانب رویداد

موشکافی می‌گردد.

مثال:

تهران - ایسنا : در حالیکه سالن مملو از دانشجویانی بود که با شور و اشتیاق شعرهایی در حمایت از رییس جمهور می‌دادند و با سخنرانی او سال تحصیلی جدید دانشگاه‌ها آغاز شد.

مثال:

تهران - ایرنا : دانشجویان در حالی که شعار می‌دادند خواستار استعفای رییس دانشگاه و رسیدگی به مشکلات آموزشی و صنفی خود توسط مسئولان وزارت علوم شدند.

علاوه بر لیدهای بالا که براساس عنصرخبری هستند از لیدهای دیگر نیز در

تهیه لید خبر استفاده می‌شود؛ که عبارتند از:

لید استنباطی: این نوع لیدها به طور معمول از استنباط خبرنگار از رویداد تنظیم می‌گردد و عنصر اصلی لید بر اساس استنباط کلی خبرنگار شکل می‌گیرد.

مثال:

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

گروه اجتماعی - دانشگاه‌ها با تربیت نیروی متخصص و روی آوردن جدی به تحقیق و پژوهش می‌توانند موتور محرکه توسعه، در زمینه‌های مختلف برای کشور باشند.

لید تشریحی: در این نوع لید نویسی خبرنگار شرح جزئیات ضروری رویداد را نیز در خبر می‌آورد و بعضی از اجزای خبر را جهت روشن شدن برای خواننده تشریح می‌کند.

مثال:

تهران - ایسنا: وزیر علوم از پذیرش دانشجو در نوبت دوم خبرداد. فقط کسانی در این نوبت پذیرفته می‌شوند که حداقل امتیاز قبولی‌های معمولی در دانشگاه‌ها را کسب کرده باشند.

لید فهرستی: موارد مختلف رویداد به صورت فهرست در لید خبر آورده می‌شود، این نوع لیدها در تنظیم خبرهای صورت جلسات و مراکز تصمیم‌گیری و دستورالعمل‌ها کار برد دارد.

مثال:

گروه سیاسی - مجلس شورای اسلامی روز گذشته به یک فوریت طرح تجدید نظر در نحوه پذیرش دانشجو رای مثبت داد. مجلس همچنین چند مصوبه دیگر نیز داشت که عبارتند از:

۱- کلیات لایحه جرایم رایانه‌ای؛

۲- طرح مجازات شش‌ماهه یا دسترسی به اطلاعات سری بدون مجوز قانونی؛

۳- لایحه اصلاح مقررات تنظیم و ثبت اسناد در دفاتر رسمی؛

مثال:

متن اصلی و اولیه منتشر شده توسط روابط عمومی:

تفاهم نامه

«معاونت اسناد سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی» با «معاونت قلمرو مرکزی» سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران که از این پس به ترتیب «اسناد ملی» و «قلمرو مرکزی» نامیده می شوند، با هدف شناساندن اسناد ملی و تاریخی به عموم مردم به ویژه نسل جوان و به منظور تقویت هویت ملی، تاریخی و جلوگیری از انقطاع و انفصال نسل‌ها، تفاهم نامه همکاری منعقد می نمایند.

۱- «اسناد ملی» تصاویر اسناد و عکس‌ها را، بر اساس ضرورت و اولویت با همکاری «قلمرو مرکزی» در قالب نمایشگاه‌های موضوعی و متنوع به گونه‌ای منظم، در محل تعیین شده توسط «قلمرو مرکزی» به نمایش در خواهد آورد.

۲- «اسناد ملی» در ارتباط با سخنرانی‌های آموزشی و معرفی «سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران» اسناد و اهمیت شناخت آن، در سطح جامعه به خصوص برای دانش آموزان و دانشجویان، همکاری لازم را به عمل خواهد آورد.

۳- «اسناد ملی» در صورت صلاحدید، کلاس‌های توجیهی، آموزشی را در ارتباط با نحوه محافظت، نگهداری و مرمت اسناد تاریخی در محل قلمرو مرکزی برگزار خواهد نمود.

۴- «اسناد ملی» آمادگی خود را در ارتباط با مرمت و آماده سازی اسناد ملی و تاریخی که در خانواده‌ها و خاندان فرهیخته کشور وجود دارد اعلام نموده و با رضایت و توافق صاحب سند، نسبت به نگهداری و اطلاع رسانی آن اقدام می نماید.

۵- «قلمرو مرکزی» بر اساس معرفی اسناد ملی، امکانات فرهنگسراها و خانه های فرهنگ را برای فعالیت «اسناد ملی» در اختیار قرار می دهد.

۶- «اسناد ملی» از آثار منتشره خود حداقل پنج جلد با دریافت بها «با تخفیف مناسب» در اختیار «قلمرو مرکزی» قرار می دهد تا در کتابخانه‌های اقماری خود نگهداری و بهره برداری کند.

۷- نحوه برنامه های همکاری، در کمیته مشترک تعیین می شود.

۸- این تفاهمنامه با یک مقدمه و در ۸ ماده از تاریخ امضا به مدت یک سال در حدود تعهدات و مسؤولیت‌های طرفین لازم الاجرا بوده و در صورت توافق، طی یک قرارداد الحاقی قابل تغییر و تمدید می‌باشد.

تهیه لید فهرستی از متن تفاهمنامه؛

گروه اجتماعی - بر اساس یک تفاهمنامه بین معاونت سازمان اسناد، کتابخانه ملی و معاونت قلمرو مرکزی سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران در سال جاری، توافقات زیر انجام شد:

- ۱- برگزاری نمایشگاه اسناد ملی جهت نمایش و معرفی اسناد ملی؛
 - ۲- برگزاری کلاس‌های توجیهی و آموزشی برای محافظت از اسناد ملی؛
 - ۳- مرمت و بازسازی اسناد ملی در فرهنگسراهای تهران؛
- به گزارش خبرنگار ما، این تفاهمنامه به منظور شناساندن اسناد ملی و تاریخی به عموم مردم به ویژه نسل جوان و تقویت هویت ملی - تاریخی و جلوگیری از انقطاع و انفصال نسل‌ها، منعقد شد.
در این تفاهمنامه...

لید تک موضوعی: لیدی که با یک موضوع از موضوعات محتوای خبر تنظیم می‌شود که به طور معمول این موضوع در قالب یک یا دو جمله، مهمترین قسمت خبر را تشکیل می‌دهد.

مثال:

گروه خبری - دکتر فرهاد دانشجو سرپرست دانشگاه تربیت مدرس از توسعه این دانشگاه و ایجاد شعبه در خارج از کشور خبر داد.

لید چند موضوعی: تا حدودی شباهت به لید فهرستی دارد و فرق آن با لید تک موضوعی این است که به جای یک موضوع چند موضوع مهم از موضوعات محتوای خبر در لید می‌آید این نوع لید، زمانی استفاده می‌شود که محتوای خبر زیاد باشد.

لذا برای ترغیب خواننده به خواندن کل خبر، چند قسمت از خبر در لید می‌آید که شرح آن را خواننده می‌تواند در قسمت‌های مختلف متن خبر بخواند.

مثال:

گروه خبری - رییس جدید دانشگاه بوعلی سینا رسیدگی به مشکلات آموزشی، ساخت خوابگاه جدید، تسهیل در پرداخت وام دانشجویی، ارتقای کیفیت خدمات صنفی، گسترش مرکز رایانه و خدمات رایانه‌ای دانشگاه و بهبود سرویس رفت و آمد دانشجویان را از برنامه‌های آتی خود بر شمرد.

لید پرسشی: در لید پرسشی خبرنگار نمی‌تواند خود پرسشگر باشد، چرا که خبرنگار واسطه بین رویداد خبرساز و خوانندگان است و فقط حق دارد سؤال مطرح شده توسط رویداد را مطرح کند.

بنابراین در نشریات دانشجویی نیز از لید سؤالی استفاده نمی‌شود، مگر اینکه سؤال توسط دانشجویان و کارشناسان یا مسؤولان مطرح گردد.

مثال:

گروه خبری - سؤال دانشجویان پزشکی این است که آیا تغییر در آموزش پزشکی عمومی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور ضروری نیست؟

لید نقل قول: لیدی با آوردن عبارتی از شخص خبرساز آغاز می‌گردد.

مثال:

ایسنا - تهران: مشاور مقام معظم رهبری در مراسم یادواره‌ی شهدای دانشجوی گفت: دشمن با ایجاد شبهه در بین دانشجویان، اهدافش را دنبال می‌کند.

لید دارای سابقه: خبر مربوط به این نوع لید، داری سابقه قبلی است. در واقع خبری است، که تکرار می‌شود.

مثال:

گروه سیاسی - دفتر تحکیم وحدت (طیف علامه) برای اخذ مجوز مکان برگزاری نشست سالیانه خود در دانشگاه‌های مختلف هرساله دچار مشکل و

واکنش‌هایی است، این بار نیز با برگزاری نشست سالیانه این تشکل در دانشگاه تربیت معلم تهران مخالفت شد.

لید تاریخی: این نوع لید با زمان شروع می‌شود و تا حدی شبیه لید دارای سابقه است. در این لید ابتدا سابقه قبلی رویداد که به نوعی با رویداد جدید ارتباط پیدا می‌کند آورده می‌شود و سپس رویداد جدید نیز به آن افزوده می‌شود که موجب جذاب شدن لید می‌شود.

مثال:

گروه خبری - دوسال پیش بر اثر یک درگیری، محمد - م. دانشجوی رشته مهندسی مکانیک، توسط دو نفر ربوده و به شدت مضروب شد، که هنگام انتقال به بیمارستان جان باخت. روز گذشته نیروی انتظامی، هنگام گشت‌زنی قاتلان را که دو جوان شرور بودند، دستگیر کرد.

لید توصیفی: این لید به منظور تصویر سازی و ارتباط احساسی با خواننده از صفت و تصویر سازی استفاده می‌کند.

مثال:

گروه فرهنگی - شهید علم‌الهدی به همراه دیگر کبوتران مهاجر، در حالی که سخت در محاصره دیوسیرتان بعثی و زیر آتش شدید آنان بودند، مردانه جنگیدند و در حالیکه دیگر مهماتی نداشتند، بهار جان‌شان را تقدیم میهن اسلامی کردند.

مثال:

گروه خبری - جوانی با چهره غبارآلود، مو و لباسی کثیف و ژولیده، با چشمانی نیمه باز که هر از گاهی بسته می‌شود و با کمری خمیده در کنار خیابان ایستاده است و در حالیکه دستش می‌لرزد به زحمت سعی می‌کند چوب کبریت را شعله‌ور کند تا سیگار کنج لبش را روشن نماید. اعتیاد مرگ تدریجی است

لید تمثیلی: این نوع لید با ضرب‌المثل شروع می‌شود و برای مصداق دادن موضوع خبر کاربرد دارد که مکمل خبر می‌شود. البته باید دقت داشت هر چه

ضرب‌المثل با موضوع خبر هماهنگ‌تر و مرتبط‌تر باشد داری تأثیر و نفوذ بیشتر خواهد بود.

مثال:

گروه خبری - «حسینی به مکتب نمی‌رفت، وقتی هم می‌رفت، جمعه می‌رفت». یکی از استادان برای جبران عقب ماندگی درسی دانشجویان که ناشی از عدم حضور این استاد برای تدریس در کلاس بود از دانشجویان خواست تا جمعه‌ها در کلاس حاضر شوند.

لید قیاسی: این نوع لید تشابه و یا اختلاف دو رویداد را بررسی و مقایسه می‌کند.

مثال:

گروه خبری - در حالی که دانشگاه‌های شهید بهشتی و امیرکبیر به دانشجویان متأهل این دانشگاه، به راحتی خوابگاه متأهلی می‌دهد، اما دانشگاه تربیت معلم در این مورد دچار مشکل بزرگی است.

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

مثال:

همشهری دانشجو: وزارت علوم به جای اینکه شعار و کار اصلی خود را انجام دهد، در عمل دستگاه‌های خود را برای نظارت بر انجام کار دانشگاه‌ها چند برابر می‌کند و از امور کلان و مهمتر باز می‌ماند.

مثال:

گروه خبری - رییس دانشگاه از یک سو دم از پاسخگو بودن و ارتباط با دانشجو می‌زند و از سوی دیگر هیچ وقت ملاقاتی با دانشجویان نمی‌گذارد و حتی در مراسم تشکل‌های دانشجویی نیز شرکت نمی‌کند.

لید غیر عادی: بسیار از خبرها برای خبرنگاران و مخاطبان، حالت غیر عادی و استثنا دارند، اما حالت غیر عادی بودن آنها زمانی محسوس می‌گردد که لید غیر عادی داشته باشند.

مثال:

گروه اجتماعی: در جریان بازی روز گذشته تیم ملی کشورمان دو دختر با تغییر ظاهر خود به شکل پسران قصد ورود به ورزشگاه آزادی را داشتند.

لید غیر متعارف: در این نوع لید نوعی تناقض دیده می‌شود و نوشتن این نوع لید به توانایی و ذوق نویسنده و خبرنگار بستگی دارد.

مثال:

گروه خبری - اگر فارغ‌التحصیلان دانشکده فنی دانشگاه ... متخصص شوند یک پدیده نادر است، چون گذشته از سواد استادان آن، کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌های این دانشگاه حتی در حد دبیرستان نیز تجهیزات ندارند.

مثال:

گروه خبری - اگر ورزشگاه آزادی، دیروز از فشار جمعیت منفجر نشد یک معجزه بود، چون مسابقه فوتبال تیم‌های استقلال و پیروزی را بیش از ۱۳۰ هزار نفر در این ورزشگاه تماشا کردند.

نکاتی که در لید نویسی باید رعایت کرد عبارتند از:

لید بی محتوا

به طور کلی هر رویداد خبری حاوی مطلب مهم یا جالبی است، که می‌توان خلاصه آن را در لید قرار داد. باید از نوشتن مطالب کلی و نامشخص و بی محتوا که اطلاعاتی به مخاطب نمی‌دهد و یا مخاطب را دچار سر در گمی می‌کند، خودداری شود.

مثال:

گروه خبری - دانشجویان باید توجه داشته باشند به روشنفکر جهانی نیاز نداریم، بلکه نیاز ما روشنفکر بومی است، این به معنای آن نیست که دانشجویان

نسبت به مسایل فکری و علمی جهان بی تفاوت باشند، اما نو گرایى نباید با مدگرایی اشتباه شود.

لید با محتوای زیاد

به همان اندازه که لید بی محتوا را نمی توان مورد استفاده قرار داد از لید با محتوای زیاد نیز نباید استفاده شود و لیدی که به چند عنصر اساسی خبر پاسخ گوید، کافی است.

مثال:

تهران - خبرگزاری فارس: رییس کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس گفت: ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای تجهیز آزمایشگاه های دانشگاهی کشور تصویب شد. تجهیزات آزمایشگاهی سه سال است خریداری نشده، که این نقیصه لطمات جبران ناپذیری بر پژوهش دانشگاه ها وارد کرده است. علاوه براینکه اختصاص بودجه فوق نیز پاسخگوی نیاز دانشگاه ها نیست.

نکات مهم در نوشتن لید

- ۱- از نوشتن مطالب مبهم و گنگ خودداری شود.
- ۲- مطالب جزئی در لید نوشته نشود.
- ۳- لید باید خلاصه ی مهمترین مطلب را به طور مشخص بیان کند.
- ۴- در نوشتن لید کوشش شود، از چهل کلمه بیشتر نباشد.
- ۵- لید باید حاوی یک یا دو جمله باشد.
- ۶- لید با زمان و مکان شروع نشود، مگر آنکه نقش کلیدی داشته باشد.
- ۷- در صورت کلیدی بودن زمان، قید امروز، دیروز و فردا به لید تازگی می بخشد.
- ۸- در لید وقتی که از نقل قول مستقیم استفاده می شود مطلب نقل قول شده، خلاصه مطلب باشد؛ در غیر این صورت مطلب نقل قول به صورت غیرمستقیم نوشته شود.

- ۹- در سبک هرم وارونه و سبک تاریخی همراه با لید محتوای لید باید با تیتیر خبر هماهنگ باشد.
- ۱۰- در لید سعی شود، از شخصیت حقوقی استفاده شود. اگر عنصر «که» در خبر تنظیم شده فاقد شخصیت حقوقی بود، می توان لید را بدون پاسخ گفتن به عنصر «که» نوشت.

برای نوشتن لید باید به سؤالات زیر پاسخ گفت:

- کدامیک از جمله‌های خبر از دیگر اجزای خبر مهمتر است.
- ارزش‌های خبری واقعه کدام است.
- چگونه می توان با حداقل کلمه، لید نوشت.

نکات مهم برای نوشتن لید:

- ۱- خود را به جای خواننده قرار دادن؛
- ۲- نزدیک بودن فاعل به فعل؛
- ۳- برجسته و ملموس بودن قسمت تأکید؛
- ۴- اهمیت و پیشینه موضوع؛

تیتیر

تیتیر نویسی آخرین مرحله تنظیم خبر است و همانطور که لید خواننده را به خواندن متن خبر ترغیب می کند، تیتیر نیز باید خواننده را به خواندن لید ترغیب و هدایت کند و حتی الامکان باید سعی شود، که از لید استخراج شود.

- تیتیر همچنین برای خبرهای مختلف، خلاصه خبر را بیان و ماهیت آن را مشخص می کند.

- برای خبرها تعیین وزن و اهمیت کرده و در اولویت خبرها برای پایین یا بالای صفحه قرار گرفتن، کمک می‌نماید.

- تیتر خبرهای مختلف را از هم تفکیک و برای زیبایی صفحه نیز نقش مؤثر دارد. البته اصلی‌ترین مشخصه یک تیتر خوب بیان خوب موضوع خبر و هدایت خواننده به سوی لید و متن خبر، برای خواندن است.

ویژگی‌هایی یک تیتر:

- ۱- پیام خبری به طور کلی و فشرده بیان شود.
- ۲- خواننده به خواندن لید و متن ترغیب شود.
- ۳- اهمیت ارزیابی مطالب مختلف را تعیین نماید.
- ۴- مطالب روزنامه یا جمله را از یکدیگر تفکیک یا مشخص کند.
- ۵- به زیبایی صفحه کمک کند.
- ۶- حداقل کلمه و حداکثر معنا را داشته باشد.
- ۷- با مطالب خبر و لید هماهنگ باشد.
- ۸- در نوشتن تیتر از کلمه‌های آشنا و رسا استفاده شود.
- ۹- تیتر باید روشن دقیق و بدون ابهام باشد.
- ۱۰- تیتر بهتر است فعل داشته باشد، مگر آنکه دارای ضرب آهنگ باشد.
- ۱۱- در تیتر هیچ کلمه و واژه‌ای نباید تکرار شود.
- ۱۲- سعی شود تیتر سؤالی، منفی و نامشخص نباشد.
- ۱۳- تیتر باید کوتاه و حداکثر یک جمله باشد.
- ۱۴- در تیتر باید بیشتر به آینده توجه شود.
- ۱۵- از صفت در تیتر استفاده نشود که قضاوت را پیش آورد.
- ۱۶- تیتر نباید با حروف اضافه شروع شود.
- ۱۷- از فعل مناسب برای تیتر استفاده شود.

انواع تیتراژ

تیتراژ استنباطی: عصاره و چکیده خبر با برداشت و استنباط روزنامه‌نگار به تیتراژ تبدیل می‌شود. در واقع برداشت صحیح و روشن از یک خبر در قالب یک جمله توسط خبرنگار را تیتراژ استنباطی گویند.

مثال:

شهر آرام، خانه‌ها در تب و تاب انتخابات ریاست جمهوری

مثال:

ارتقای کیفی دانشگاه‌ها، شرط موفقیت برنامه‌ها

تیتراژهای فوق برداشت استنباط شده از یک خبر و یک گزارش هستند.

تیتراژهای مبتنی بر نقل قول: در این نوع تیتراژها منبع خبر نیز آورده می‌شود تا به تیتراژ سندیت بدهد. این منبع می‌تواند در ابتدای تیتراژ یا بالای تیتراژ (دو تیتراژ) بیاید.

مثال:

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری:

بزودی دانشگاه مجازی در کشور ایجاد می‌شود

تیتراژ کور: تیتراژی که برای تحریک و ایجاد سؤال در ذهن مخاطب به کار می‌رود و به اصل خبر اشاره ندارد. به کاربرد این نوع تیتراژ تا حدی که مبهم نباشد و خواننده را دچار سردرگمی نکند، جایز است.

مثال:

تربیان دانشجو هنوز تسخیر نشده است

مثال:

راز قتل، پشت فنجان چای نهفته بود

تیتربهای «دو تیترب» در این نوع تیتربها ، از دو تیترب جداگانه، اما مرتبب و پیوند زده با هم استفاده می‌شود در این نوع تیترب دو یا چند موضوع به طور همزمان به هم پیوند زده شده و به اطلاع خوانندگان می‌رسد .
مثال:

از دواج های دانشجویی در دانشگاه ها محاسن یا معایب ؟

مثال:

آذربایجان در حریم دریایی ایران خزر آبستن حوادث است

تیترب منفی: چون بر انجام کاری و رویدادی دلالت نمی‌کند، پس رویدادی صورت نمی‌گیرد، در این صورت قابل انتقال خبری نمی‌باشد. در چنین مواردی خبرنگار و نویسنده در صورت مواجه شدن با چنین خبرهایی، به گونه‌ای در پردازش خبر از فعل منفی استفاده می‌کند، که رویدادی دیگر در درون آن فعل منفی نهفته و یا خود سبب رویدادی دیگر باشد.

مثال:

اختصاص وام اشتغال هم مشکل فارغ التحصیلان را چاره نکرد

مثال:

تهدیدات و فشار های آمریکا و اروپا مانع استفاده ایران از انرژی هسته‌ای نشد

مثال:

بارش برف هم مانع بازی تیم ملی در ورزشگاه آزادی نشد

تیتیر سؤالی: به دلیل اینکه اکثر تیتیرهای سؤالی در خواننده واکنش منفی ایجاد می کنند، بهتر است که از تیتیرهای منفی استفاده نشود، به جز مواردی که تیتیر سؤالی خود به طور غیر مستقیم تا حدی پاسخ به سؤال باشد و یا اینکه خواننده در عین خواندن تیتیر با کمک از مفهوم پنهان تیتیر سؤالی، خود به آن پاسخ دهد.

مثال:

رییس کمیسیون آموزش مجلس:

**چرا وام مصوب شهریه دانشجویان پرداخت نشد؟
مسؤولان اجرایی ذیربط جدی باشند**

اجزای تیتیر

- رو تیتیر؛

- تیتیر اصلی؛

- زیر تیتیر؛

- سوتیتیر؛

- میان تیتیر؛

- **رو تیتیر:** تیتیری است که در بالای تیتیر اصلی قرار می گیرد و با حروف کوچک تر نوشته می شود رو تیتیر بیشتر مقدمه و تکمیل کننده تیتیر اصلی است و در بعضی مواقع نیز عامل و گوینده تیتیر اصلی است.

مثال:

معاون پژوهشی دانشگاه شیراز:

سالانه ۱۰۰ هزار دانش آموخته

به جمع بیکاران می پیوندند

مثال:

پاسخ وزارت علوم به اظهارات عبدا... جاسبی:

**مدیریت نظارت ناپذیر
لطمه زدن به حریم دانشجو و دانشگاه است**

- تیتر اصلی: مهمترین مطالب خبری است که به طور خلاصه و فشرده بیان می‌شود و معنایی مستقل از دیگر اجزای تیتر دارد.

مثال:

با حضور زنان دانشگاهی سوییس

نشست گفت‌وگوی تمدن‌ها در دانشگاه الزهرا (س) برگزار شد

مثال:

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری:

**کمتر از ۱۰ درصد جمعیت ۱۷ میلیون نفری
شاغل کشور تحصیلات دانشگاهی دارند**

- زیر تیتر: بعد از تیتر اصلی می‌آید با حروف کوچکتر زیر تیتر اصلی نوشته شده و مکمل تیتر اصلی و رو تیتر است و توضیحات بیشتری درباره خبر می‌دهد

مثال:

آتش سوزی در دانشکده علوم دانشگاه تهران؛

رقص شعله‌ها در کتابخانه دانشگاه

آتش سوزی غیر عمدی بود و اتصال سیم برق عامل وقوع آتش‌سوزی اعلام شد.

– **سو تیتتر:** در پاره‌ای از مطالب که خبر طولانی است، بخشی از خبر را به صورت یک یا دو جمله مهم از متن استخراج می‌کنند و با حروفی متفاوت با متن و به طور معمول بزرگتر یا به صورت کادردار، می‌نویسند. این جمله‌ها یا در زیر تیتتر اصلی و یا در نقاط مختلف متن قرار می‌گیرد و به زیبایی صفحه نیز کمک می‌کند. در واقع جای آن را در ترکیب صفحه، مدیر هنری تعیین می‌کند تا سوتیتتر به زیبایی صفحه کمک کند. سوتیتتر در عین حال باید کوتاه بوده و از نظر معنایی گویا و کامل باشد.

– **میان تیتتر:** عبارت یا جمله کوتاهی است که به طور معمول در وسط خبرهای طولانی برای تفکیک مطالب مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. اندازه حروف میان تیتتر از اندازه حروف متن خبر بزرگ‌تر است. میان تیتتر را برای جلوگیری از خسته شدن مخاطب و بخش بندی و تفکیک متن خبر به کار می‌برند.

نقل قول

خبرنگار می‌تواند برای تنظیم خبر از سه نوع نقل قول زیراستفاده کند.

– نقل قول مستقیم؛

– نقل قول غیر مستقیم؛

– نقل قول خبری؛

۱- **نقل قول مستقیم:** در این نوع نقل قول، مطالب به طور دقیق همانگونه که گفته شد از قول گوینده نوشته می‌شود و اگر در کلمه یا کلماتی تردید وجود داشته باشد، خبرنگار نباید مطلب را بنویسد. در نقل قول مستقیم، مطلب داخل گیومه («») قرار می‌گیرد.

موارد استفاده از نقل قول مستقیم:

الف) - وقتی که خواسته شود عین گفته منبع خبر، بدون کاهش و یا افزایش گفته شود.

ب) - وقتی که خواسته شود گفته گوینده در معرض داوری و قضاوت قرار گیرد.

مثال:

معاون دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی: «حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد مراکز کوچک دانشگاهی در پی اجرای آیین‌نامه نقل و انتقال دچار مشکل هستند.»

نقل قول غیر مستقیم

مفهوم مطلب گوینده به صورت درست و روشن به نقل از او نوشته می‌شود. ولی لزومی ندارد کلمات به کار رفته در خبر همان کلمات گوینده باشد.

موارد استفاده از نقل قول غیر مستقیم عبارتند از :

۱- وقتی که مطلب گفته شده از طرف گوینده گنگ و نامعلوم باشد و از واژه‌هایی با مفهوم دشوار استفاده شود.

۲- وقتی مطلب گفته شده، ساده ولی طولانی و با کلمات اضافه باشد.

۳- وقتی خبرنگار اطمینان کامل از عین عبارت‌ها و واژه‌های به کار رفته از طرف گوینده نداشته باشد.

به طور معمول در این نوع نقل قول چون گفته گوینده به صورت برداشت درست و روشن خبرنگار نوشته می‌شود، ضمیر و فعل عوض می‌شود و گفته گوینده که از من و ما استفاده می‌نماید، تغییر پیدا می‌کند.

مثال:

نقل قول مستقیم - رهبر معظم انقلاب طی پیامی از حضور پر شور مردم در انتخابات ریاست جمهوری تشکر کردند و فرمودند: «فضای زندگی مردم نباید با غوغاهای تحمیلی آلوده شود.»

نقل قول غیر مستقیم - رهبر معظم انقلاب طی پیامی ضمن تشکر از حضور مردم در انتخابات ریاست جمهوری بر آلوده نشدن زندگی مردم از غوغاهای تحمیلی تأکید کردند.

مثال:

نقل قول مستقیم - وزیر علوم ، تحقیقات و فناوری هنگام افتتاح دانشگاه غیر مجازی علوم و حدیث: « ظرف دو هفته آینده طرحی در جهت ساماندهی بحث کنکور به مراجع ذیصلاح ارایه می شود.»

نقل قول غیر مستقیم - وزیر علوم ، تحقیقات و فناوری هنگام افتتاح دانشگاه غیر مجازی علوم و حدیث از ارایه طرح ساماندهی کنکور به مراجع ذیصلاح ظرف دو هفته آینده خبر داد.

نقل قول خبری (جزیی)

برخی از کلمات گوینده آورده شده و داخل گیومه قرار می گیرد و خبر بر اساس آنها تنظیم می شود.

مثال:

مقام معظم رهبری در پیام نوروزی خود آحاد مردم را به حفظ «مشارکت عمومی» و «همبستگی ملی» توصیه کرده و فرمودند : ...

برای تنظیم خبر به ویژه در نقل قول ها از کلمات زیر استفاده می شود:

گفت، اخطار کرد، پیشنهاد کرد، اظهار داشت، هشدار داد، استدلال کرد، بیان داشت، تشریح کرد، تبیین کرد، ادعا کرد، تهدید کرد، اعلام کرد، فرمان داد، خواست، اشاره کرد، انتقاد کرد، درخواست کرد، یاد آور شد، فاش کرد، ادامه داد، تأکید کرد، اقرار کرد، اذعان داشت، فرمان داد، خاطر نشان کرد، افزود و ...

عکس‌های خبری

عکس‌های خبری در مطبوعات نقش بسیار مهمی دارند و به عنوان یک وسیله بیان از طریق ارتباط بصری و غیر کلامی با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند. تصاویر ممکن است به طور کامل نتوانند عناصر خبری را به خواننده برای درک مفاهیم خبر منتقل کنند. اما عکاس خبری با به کارگیری فرهنگ تصویری و نمایش فضای رویداد خبری به‌طور عینی، می‌تواند به درک و تجسم بهتر و عینیت بخشی عناصر خبر کمک کند.

ویژگی‌های عکس خبری:

۱- قدرت تجسم و عینیت بخشی بالاتر داشته باشد، زیرا اینگونه عکس‌ها صحنه را برای خواننده واقعی‌تر می‌کند به گونه‌ای که خواننده خود را ناظر بر آن رویداد می‌بیند.

در تصاویر زیر صحنه پرتاب ماهواره توسط ناسا را می‌بینید.



۲- حالت احساسی و هنری داشته باشد؛ عکس باید بتواند در حالت‌های مختلف برخورد و رفتار عوامل رویداد را با زاویه مناسب به صورت هنری و حرفه‌ای به تصویر بکشد و با خواننده ارتباط نزدیک‌تر برقرار می‌کند. صحنه‌ای از کشتار اردوگاه جنین توسط سربازان صهیونیستی؛



۳- از عکس‌های عامه پسند استفاده شود؛ عکس‌هایی که احساسات، تمایل و هیجان مخاطب را برانگیزد و مورد توجه مخاطبان قرار گیرد. عکس‌های عامه‌پسند در مطبوعات از اهمیت بیشتری برخوردار هستند. نمای اینگونه عکس‌ها هر چه درشت‌تر باشد ارتباطی که با احساس مخاطب برقرار می‌کند، بیشتر است.

در تصویر مقابل احمدرضا عابدزاده (عقاب آسیا) را می‌بینید که در یک مراسم عروسی دچار سکت شده و در حال انتقال به بیمارستان است. همسر عابدزاده نیز در راهروی بیمارستان با ناراحتی از وضعیت همسرش، در حال گریه کردن است.

احمد، تو رو خدا بلند شو!



رویدادها و موضوعات مختلف می‌تواند سوژه عکس باشند. نمایی از مردم جنگ‌زده مهاجر، شخصی که فرزند خود را در اثر سانحه از دست داد، شخصی که در جشنواره یا تجمع دانشجویی در حال سخنرانی است و ...

عکاس موفق کسی است که هنگام ضبط لحظات خبری، به شکل ماهرانه، ضمن بیان هنرمندانه و مستند واقعه خبری، احساسات را نیز جهت هر چه بهتر توصیف کردن ابعاد حقیقی رویداد اجتماعی به خوانندگان انتقال دهد.

عکاس باید تمام نکات رویداد خبری را در نظر داشته باشد ابتدا یک نمای عمومی را از صحنه بگیرد، تا ابعاد موضوع را به خواننده نشان دهد. برای تنوع بیشتر با نزدیک شدن به سوژه و گرفتن نماهایی نزدیک‌تر و درشت‌تر، خواننده را به همراه خبرنگار و عکاس به داخل صحنه ببرد.

بنا براین هر چه عکس جزیی‌تر شود، خواننده از جزییات رویداد بیشتر آگاه می‌شود.

برای نشان دادن صحنه‌ای از راهپیمایی، زاویه دوربین اگر از بالا باشد، بهتر است. همچنین یک عکاس خوب باید در بعضی شرایط، وقوع رویداد جدید را پیش‌بینی کند.

رویدادهایی نظیر زد و خورد پلیس و مردم، آتش سوزی، درگیری سیاسی و قومی، تجمع دانشجویی و ... از رویدادهای خبری هستند که عکاس خبری باید رویدادهای جدید را پیش‌بینی کند به طوری که بروز حادثه جدید را در هر لحظه فرض نماید و خود را برای عکس گرفتن از صحنه جدید که تصور می‌شود اتفاق بیفتد، آماده نماید.

ویرایش تصاویر

تصاویر و عکس رسانه‌ای، در صورتی که شرایط و ویژگی‌ها لازم، متناسب با محتوای خبر تنظیم شده را داشته باشد، از تأثیرگذاری، اعتبار، ارزش و سندیت بالایی برخوردار است و تأثیر آن در ذهن خواننده ماندگار خواهد شد.

لذا برای اینکه یک عکس مناسب و تأثیرگذار برای محتوای نشریه در مرحله صفحه آرایی انتخاب شود، باید نکاتی را مد نظر داشت.

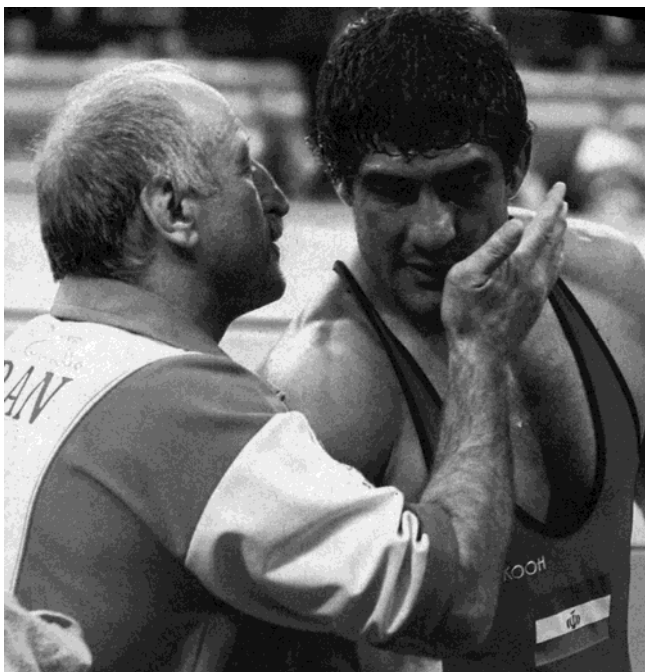
برای اینکه بتوان عکس مورد نظر را مورد بررسی و ارزیابی قرار داد ابتدا باید عکس‌های ظاهر شده، در درون کنتاکت با ذکر شماره فیلم و فریم چیده شود، که با رعایت اصول تأثیرگذاری از بین فریم‌های مختلف مدیر هنری با مشاوره سردبیر عکس مناسب و مورد نظر را انتخاب می‌کند.

ممکن است در این مرحله چند فریم عکس انتخاب شود و از بین این چند عکس یک یا دو عکس تأیید شود که در این صورت به مدیر هنری یا صفحه‌آرا اختیار داده می‌شود با آگاهی از اصول و شرایط عکس مناسب از توانمندی‌های فردی خود استفاده کند و عکسی با تأثیرگذاری بیشتر و حالتی بهتر را انتخاب کند.

به طور معمول سردبیر سیاست و خواست خود را برای شکل ظاهری نشریه به مدیر هنری ابلاغ می‌کند بعضی وقت‌ها نیز با دادن اختیار به مدیر هنری برای انتخاب مناسب‌ترین عکس از خلاقیت و توانایی‌های او بهره می‌گیرد. به همین دلیل مدیر هنری یا صفحه‌آرا برای انتخاب عکس هنری و مناسب با توجه به آموخته‌ها و تجربیات خود می‌توانند، مشاوران خوبی برای سردبیر باشند.

شرایط عکس خوب

بزرگ کردن عکس: هر چه عکس بزرگ‌تر باشد حالت واضح‌تر و طبیعی‌تری از چهره و صحنه رویداد را به نمایش می‌گذارد و لذا از تأثیرگذاری و جذابیت بیشتری برخوردار است اما بزرگ شدن بیش از اندازه عکس نیز می‌تواند به اصول حرفه‌ای نشریه آسیب برساند.

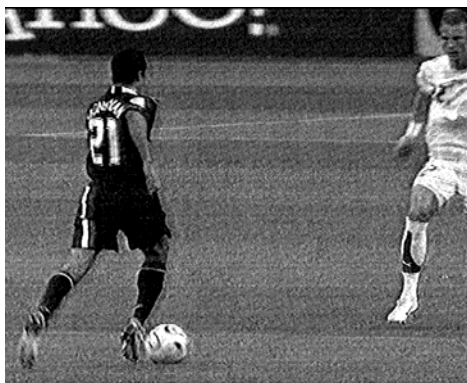


کادره کردن عکس: در یک تصویر ممکن است برای مشخص و برجسته‌تر کردن قسمت مورد نظر، اطراف سوژه را در عکس حذف نمایند. در این صورت با بزرگ نمایی سوژه اصلی تصویر را شفاف و واضح‌تر می‌کنند که با هدایت تمرکز ذهن خواننده، به انتقال بهتر، زیبایی و جذابیت بیشتر پیام می‌افزایند.



کادره شده از عکس مقابل

برش اصولی و زاویه حرکت عکس: ویراستار باید تناسب بین بزرگ نمایی و برش اصولی را رعایت کند و برش بزرگ نمایی به گونه‌ای باشد که زیبایی به زیبایی نشریه از جهت حفظ زاویه عکس وارد نشود و در زمان حذف و برش باید دقت شود زاویه جلوی عکس باز باشد.

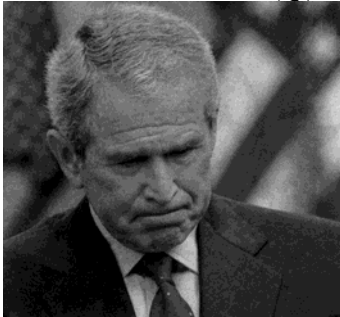


زاویه برش درست



زاویه برش نادرست

تناسب حالت عکس و موضوع : باید با توجه به موضوع و روح کلی مطلب، عکس را انتخاب کرد، به عنوان مثال؛ اگر مطلب در مورد واکنش تند رییس جمهور در قبال رویدادی است، نباید تصویری خندان از رییس جمهور برای آن خبر انتخاب کرد. بلکه باید متناسب با موضوع تصویر انتخاب شود. همچنین عکس باید مرتبط و مکمل متن خبر باشد.



نگرانی بوش از گسترش اسلامخواهی در جهان

جهت حرکت عکس: ویراستار باید توجه کند که حرکت عکس و زاویه نگاه عکس به درون صحنه باشد.

به عنوان مثال اگر تصویری از مسابقات دوچرخه‌سواری در حال حرکت به سمت راست برای متن انتخاب شده تصویر باید طوری تنظیم شود که جهت حرکت و زاویه دید به جلو و طرف داخل صفحه باشد و اگر این تناسب برقرار نشد، تصویر را باید برعکس کرد تا هماهنگی و تناسب ایجاد شود.



زاویه دید یا نگاه تصویر
به طرف داخل صفحه

انواع شرح عکس

برای عکس‌هایی که به شرح و توضیح نیاز دارد می‌توان با رعایت اصول شرح داد.

- شرح تیتراگونه؛

- شرح لیدگونه؛

- شرح تلفیق تیترا و لید؛

- شرح مفصل؛

شرح عکس تیتراگونه: برای عکس‌هایی که به صورت تزئینی، خبری، همراه مطلب و یا به طور مستقل ارائه می‌شود کاربرد دارد و به کار بردن تیتراگونه مناسب تأثیرگذاری تصویر را بیشتر می‌کند به عنوان مثال؛ ویراستار برای تصویری از خسارات سیل جمله «فهر طبیعت» را به کار می‌برد و یا برای تصویری از فرد معتاد که در کنار خیابان افتاده است، تیترا «از سیگار آغاز شد» آورده می‌شود.
مثال:

نشت لوله آب و ریزش آسفالت خیابان ایستگاه امام خمینی (ره) مترو را تعطیل کرد



شرح عکس لید گونه: برای توضیح بیشتر در مورد عکس و بیان چکیده مهمترین پیام تصویر است.

مثال: برای عکس زیر، لید؛

«گروه اجتماعی - با افتتاح قسمتی دیگر از خط متروی تهران، شهروندان می‌توانند، از علی‌آباد شهری تا ایستگاه تقاطع سعدی - انقلاب (ایستگاه دروازه دولت) را به راحتی و در کمترین زمان طی کنند» آورده می‌شود.



شرح عکس تلفیق تیترو لید: در این نوع شرح تیترو لید با هم برای شرح عکس به کار می‌رود .

به عنوان مثال تصویری از مجلس شورای اسلامی، هنگام رای دادن به وزیران پیشنهادی رییس جمهور که نمایندگان مجلس و وزیران پیشنهادی در آن حضور دارند. شرح تیترو و لید برای عکس به صورت مثال آمده است .

مثال:

شرح تیتراگونه: تصمیمات مهم مجلس و رای اعتماد به وزیران دولت



شرح لید گونه: به جز چهار وزیر، سایر وزیران پیشنهادی کابینه دکتر احمدی‌نژاد، پس از طرح نظرات موافق و مخالف نمایندگان مجلس شورای اسلامی و کسب اکثریت آرا، راهی هیأت دولت شدند.



شرح مفصل: در این نوع شرح، کلیت شرح عکس به صورت خبری کوتاه آورده می‌شود و اصل ایجاز در این مورد مهم است، که با خلاصه کردن شرح عکس به طور مفصل نوشته می‌شود.

به عنوان مثال: تصویری از صحنه راهپیمایی در کشور آرژانتین در نشریه درج می‌شود و در شرح آن نوشته می‌شود:

هزاران تن از بیکاران آرژانتینی در اعتراض به سیاست‌های اقتصادی دولت در بزرگ‌ترین خیابان «مانتانزا» در حومه «بوئنوس آیرس» راهپیمایی کردند، تظاهر کنندگان در اعتراض به سه سال سیاست ریاضت اقتصادی، به مدت سه روز این بزرگراه ملی را مسدود کردند و ...

به طور کلی خلاقیت و هنر عکاس خبری، در بیان هنرمندانه و خبری رویداد نقش تعیین کننده‌ای دارد. چه بسا یک عکس خبری مطلوب در مورد یک سوژه‌ی خاص قادر است احساسات مردم را برانگیزد و موجی از خشم یا ابراز احساس مردم را در بر داشته باشد، که در این صورت چنین عکسی برای آن رسانه و عکاس یک موفقیت محسوب می‌شود.

در ادامه برای آشنایی بیشتر شما دانشجویان گرامی با عکس‌های خبری و هنری، تصاویری در موضوعات مختلف آورده شده که می‌توانید با توجه به توضیحاتی که در این فصل در مورد خبر و عکس‌های خبری خواندید، در مورد آنها اظهار نظر کنید.

جنایات رژیم صهیونیستی در فلسطین، به کدامین گناه؟



قاچاق سوخت
میلیون‌ها دلار به کشور
خسارات وارد می‌کند



کنفرانس خبری با
حضور خبرنگاران



ازدواج دانشجویی
محاسن یا معایب؟



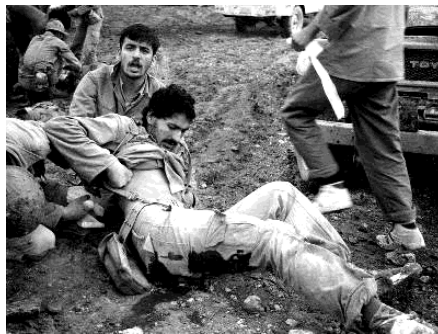
پس این مشکل
ترافیک تهران کی
حل می شود؟



شهرداری
خدمات شهر تهران
را مکانیزه کرد



انتقال بیمار به اتاق عمل بیمارستان



تصویری از یک مجروح



بازگشت آزادگان به کشور



بازنشستگان برای رفع مشکلات معیشتی به کمک دولت چشم دوخته‌اند



مسئولان نظری هم به ما زیر خط فقری‌ها بکنند، جای دوری نمی‌رود!



این هم یک پل در مازندران، که در مراسم افتتاحیه، آبروریزی کرد و فرو ریخت.



اهدای هر واحد خون جان سه نفر را نجات می‌دهد



زائران دانشجویی راهی دیار نور و معرفت



دریچه‌ای بر نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری



عاشق کینه‌توزی که
برای معشوق، اینگونه
رقیب را با اسیدپاشی
از پای در آورد.



پدیده‌ای که در تهران نادر نیست.
این بار بخت بد به سراغ سفیر مصر
در تهران رفت و اینگونه پرستیژ او
را خطشه‌دار کرد.



مردم عراق خواهان
خروج اشغالگران از
این کشور هستند.



شهروند گرامی!
اونی که می بینید اسمش
پل عابر پیاده است!



این هم علی آقا پروین
که کنار تیر دروازه خیلی
احساس خستگی می کنه!
یه چرت سر بایی اینجوری
به اندازه یک شب خواب تو
رختخواب می چسبه!



اعتیاد! چرا؟



کنفرانس علمی و یک
شرکت کننده بسیار
علاقه مند، اما خسته!!!



خطر چاله های استاندارد!
جای چاله ها هم اینجاست
ماشین ها
اشتباهی می روند!!؟



شهر ما ، خانه ما؟؟؟



خط فقر و خانه به دوشان



کودکان روستایی
مظلومیت و محرومیت



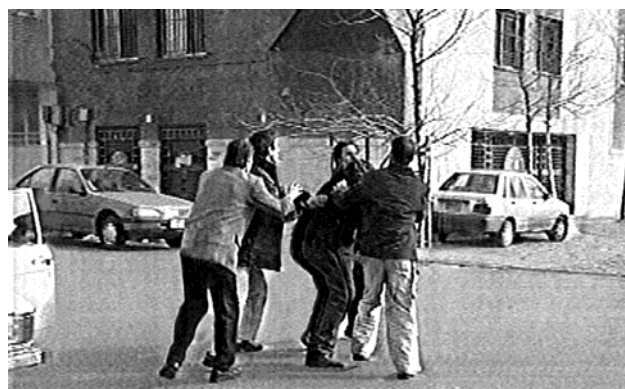
تکدی گری و
سوء استفاده از
کودکان!



این متروی
همه کاره!



عشق، از نوع
دیواری و خیابانی!



این هم یک دزد
بخت برگشته که
به کاهدون زد.

منبع خبر

مطالب خبری که توسط خبرنگار تنظیم می‌گردد، باید دارای منبع باشد، چون خبری که دارای منبع باشد، توسط خواننده مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. خبر دارای منبع از نظر مخاطبان و خوانندگان دارای ارزش و اهمیت بالاتری است.

منبع خبر؛ ریشه خبر را تشکیل می‌دهد و در واقع به فاعل حقیقی یا حقوقی گفته می‌شود که اصل خبر از او سرچشمه می‌گیرد.

منبع خبر باید در اولین پارگراف خبر (لید) آورده شود. که همراه با مکان و نام منبع مخابره کننده خبر و زمان آن است.

مثال:

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

مثال:

تهران - ایسنا: دیروز وزیر علوم، تحقیقات و فناوری از تبدیل دانشگاه پیام نور و علمی کاربردی به دانشگاه مجازی خبر داد.

در نشریات دانشجویی نیز باید منبع خبر در ابتدای خبر آورده شود چرا که چه در نشریات دانشجویی و درون دانشگاهی و چه در رسانه‌های خارج دانشگاه، ذکر منبع خبر نقش مهمی داشته و موجب اعتبار بخشیدن به خبر نزد مخاطب می‌شود. هر چه این منبع معتبرتر باشد، موجب تقویت اعتماد بیشتر خوانندگان به خبر و در نهایت افزایش اعتماد و باور مخاطبان به آن نشریه می‌شود.

خوانندگان با دانستن منبع خبر، می‌توانند با توجه به سابقه و اعتبار منبع، صحت و سقم خبر را حدس بزنند و پیش خود میزان صحت خبر را ارزیابی کنند.

فواید استفاده از منبع در تنظیم خبر:

۱- مستند کردن خبر؛

۲- اعتبار بخشیدن به خبر؛

۳- سلب مسؤلیت از خبرنگار و رسانه؛

به عنوان مثال، خبرگزاری فرانسه اولین خبرگزاری بزرگ دنیا بود که خبر دستگیری صدام را به نقل از خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) به روی تلکس خبری خود برد و به تمام دنیا ارسال کرد.

اما چون خبر دستگیری صدام هنوز قطعی نشده بود و خبرنگاران خبرگزاری فرانسه نیز نتوانسته بودند خبر قطعی در این زمینه به دست آورند، این خبرگزاری خبر دستگیری رییس جمهور پیشین عراق را، به نقل از خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران به روی تلکس خبری خود فرستاد، تا در صورت تکذیب یا نادرست بودن خبر، اعتبار خبرگزاری آنها دچار مشکل نشود.

بدینوسیله هم اولین خبرگزاری بزرگ دنیا بود که خبری بسیار مهم را برای افکار عمومی جهان منتشر کرد تا از رقیبان قدرتمند خود یک قدم جلوتر باشد، هم مسؤلیت صحت آن را به عهده ایرنا گذاشت. چون در صورت تکذیب خبر به راحتی ضعف و عواقب کذب بودن خبر متوجه خبرگزاری ایرنا بود. در نهایت خبرگزاری فرانسه از یک خبر با استفاده از منبع آن، بهترین استفاده را نصیب خود کرد.

در حال حاضر رسانه‌هایی قدرتمندی نظیر نیویورک تایمز، واشنگتن پست، اشپیگل، سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی، رویترز، تاس، خبرگزاری فرانسه و غیره در عمل منبع خبری کشورهای در حال توسعه و جهان سوم هستند.

به طور کلی منبع خبر باید دارای ویژگی‌ها و شاخص‌هایی باشد که بتواند اعتبار لازم برای منبع شدن را پیدا کند که این ویژگی‌ها را می‌توان تخصص، قدرت، تأثیر و جاذبه، اعتمادسازی، انصاف، صحت، احترام و واقعگرایی، کامل‌گویی و بهبود بخشی دانست.^۱

۱- یونس شکرخواه، خبر؛ مرکز رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران ۱۳۷۹، ص ۵۱

نکات مهم در نگارش خبر

- ۱- خلاصه نویسی؛
- ۲- استفاده از پارگراف‌های کوتاه، حداکثر ۲۰ کلمه‌ای؛
- ۳- توجه به اصل وحدت خبر و رویداد؛
- ۴- استفاده از فعل برای پایان دادن به جملات؛
- ۵- رعایت انصاف در تنظیم خبر؛
- ۶- داشتن شروعی تحریک کننده و ساده؛
- ۷- استفاده نکردن از صفت در اکثر موارد؛
- ۸- تأثیرناپذیری از فشارهای احتمالی؛
- ۹- رعایت ادب و احترام قایل بودن برای حرمت اشخاص؛
- ۱۰- اظهار نظر نکردن نویسنده در خبر؛
- ۱۱- ساده و روان نویسی و استفاده از کلمات ساده؛
- ۱۲- تشریح و معرفی افراد و اجزای خبر که ناشناخته هستند.
- ۱۳- بیان صریح، جدی و تأثیرگذار؛
- ۱۴- استفاده از فعل معلوم، مگر زمانی که خبرنگار بنا به دلایلی قصد معرفی فاعل را نداشته باشد.
- ۱۵- رعایت علایم و نشانه‌های فارسی و درست نویسی؛
- ۱۶- افزودن سابقه رویداد به خبر؛
- ۱۷- افزودن منبع خبر به ابتدای لید؛

عدد نویسی در تنظیم خبر

دستور زبان فارسی عدد را به چهار دسته تقسیم می‌کند. که در مطبوعات هر کدام برای تنظیم خبر دارای قاعده‌ای هستند.

– اعداد اصلی؛

– اعداد کسری؛

– اعداد ترتیبی؛

– اعداد تقریبی؛

اعداد اصلی

به اعداد یک، پنج، هفت، ۸۰۰، ۷۰۰۰، ۸۰۲۲ و ... گفته می‌شود که نکات زیر باید در مورد این اعداد به کار گرفته شود.

– ابتدا عدد سپس واحد مقیاس و بعد معدود نوشته شود.

– معدود عدد همیشه مفرد باشد.

شش باب مغازه، دو جفت کفش، ۱۲ رأس گوسفند، ۲۳ جلد کتاب و ...
توجه: اعداد زیر ده در تنظیم خبر با حروف نوشته می‌شود.

مثال:

گروه فرهنگی – در المپیاد جهانی فیزیک، دانشجویان ایرانی با کسب دو مدال طلا، سه نقره و یک برنز، رتبه پنجم جهان را کسب کردند.

واحد مقیاس قبل از معدود و بعد از عدد آورده می‌شود. پنج کیلو شکر، ۱۰ متر پارچه، هشت فرسنگ راه، یک گرم طلا، ۱۰۰ متر مربع زمین و ...

موارد استفاده از اعداد اصلی

– مقیاس‌ها: ۳۵ متر پارچه، ۸۰ کیلو گندم، ۲۰ لیتر شیر، ۴۲۰ فرسنگ فاصله، ۱۰ مثقال طلا، ۱۷ گرم الماس، ۱۲ کیلومتر درازا و ...
 – مبلغ: ۲۵۰۰ ریال، ۸۰۰ دلار، ۷۲۰ پوند، ۳۰۰ فرانک، ۲۰۰ ین و ...
 – درجات: ۳۷ درجه سانتیگراد حرارت، ۲۰ درجه فارنهایت دما، ۲۴۰ درجه عرض شمالی جغرافیایی، ۲۰ درجه عرض جنوبی جغرافیایی و ...
 شماره مواد و قوانین: تبصره ۳ ماده ۱۰ قانون مطبوعات، ماده ۷۵ مجازات عمومی و ...

شماره تصویب نامه‌ها: تصویب نامه شماره ۲۸۶ هیأت وزیران؛
 صفحات کتاب: جلد دوم کتاب الغدیر، صفحه ۲۴۶ (ج ۲، ص ۲۴۶)؛
 شماره شناسنامه: دارنده شماره شناسنامه ۴۸۱ صادره از بخش ۲ تهران؛
 تاریخ تولد: متولد ۱۳۵۴ هـ. ش (هجری شمسی)؛
 شماره تلفن: منزل ۵۲۶۶۳۶۶
 شماره اتومبیل: شماره ۷۴۵۱۶-تهران ۵۱
 شماره ساختمان‌ها: بلوک ۸، ساختمان ۲۴، پلاک ۳۲، واحد ۶
 ساعات روز: ساعت ۱۱ و ۴۳ و ۵۴ ثانیه و یا ساعت ۱۲/۴۵

اعداد کسری

اعدادی که کمتر از یک واحد هستند.
 مثال: دو پنجم، چهار هفتم، شش یازدهم، بیست و پنج صدم و ...
 چهار پنجم دانشجویان در امتحانات پایان‌ترم قبول شدند.
 دو سوم اساتید دانشگاه‌های کشور مرد هستند.

اعداد ترتیبی

اعدادی هستند که به صورت حروف نوشته می‌شوند.

سال چهارم، خیابان سوم، کوچه اول، نفر هفتم و ...

اعداد در تیتراژ، اگر یک رقمی باشند با حروف نوشته می‌شوند. اعداد دو رقمی به بالا نیز چنانچه در اول تیتراژ قرار گیرند باید با حروف نوشته شوند، اما اگر در اول تیتراژ واقع نشوند باید با عدد نوشته شوند.

مثال:

سی هزار زوج دانشجو، امسال ازدواج دانشجویی برگزار می‌کند

مثال:

ازدواج دانشجویی امسال با حضور ۳۰ هزار

زوج دانشجو برگزار می‌شود

مثال:

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی ۴۷۰ میلیارد تومان

برای جبرای کسری بودجه دانشگاه‌ها اختصاص داد

در مواردی که اعداد در جای صفت قرار می‌گیرند به صورت ترتیبی نوشته می‌شوند.

مثال:

گروه حوادث - بعد از ظهر دیروز دانشجوی بیست و دو ساله‌ای بر اثر سانحه تصادف در گذشت.

گروه فرهنگی - یک کودک پنج ساله حافظ کل قرآن شد.

همایش پنج روزه، اردوی سه روزه، سخنرانی دوساعته، مصاحبه یک ساعته،

جوان بیست و پنج ساله و ...

اعداد بخشی از واژه: چهار گوش، دو راهی، شش ضلعی، سه‌شنبه و ...

اعداد تقریبی

برای شماره های غیر مشخص و غیر دقیق که به صورت تخمینی و حدودی نوشته می شود، کاربرد دارد.

مثال:

پانزده تا بیست نفر، هفت تا ده جلد کتاب و ...
در این مراسم سی تا چهل نفر دانشجو حضور داشتند.
از واحدهای درسی او ده تا پانزده واحد مانده است.

چند توصیه مهم

توجه: شماره راهها، خیابانها و کوچهها باید با اعداد ترتیبی نوشته شود.

مثال:

منزل ما در خیابان سوم، کوچه اول، بلوک ۶، پلاک ۲۴، واحد ۱۲ واقع شده است.

توجه: اعداد آماری ترکیب با کلمات، به صورت اعداد ترتیبی نوشته می شوند.

مثال:

صد بار به تو گفتم، اما گوش نکردی.

توجه: برای نگارش اعداد از پنج رقم به بالا از ترکیب عدد و حروف استفاده

می شود.

مثال:

گروه خبری - در کنکور امسال یک میلیون و ۴۵۲ هزار و ۳۷۴ نفر داوطلب به رقابت پرداختند.

- عدد $۱۸/۶۷۰/۲۵۶/۰۰۰$ به صورت زیر نوشته می شود.

۱۸ میلیارد و ۶۷۰ میلیون و ۲۵۶ هزار

گروه خبری - بودجه نظامی چین در سال گذشته ۳۵۰ میلیارد دلار، معادل ۳۱۵ هزار میلیارد تومان (۳۱۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) بود.

توجه: اعداد یک رقمی به صورت ترتیبی (حروف) نوشته می شوند.

مثال:

قطر - شبکه الجزیره: بر اثر انفجار بمبی در ریاض - پایتخت عربستان - پنج نفر کشته و ۱۷ نفر مجروح شدند و به هشت ساختمان و شش خودرو نیز خسارت وارد شد.

توجه: حتی الامکان سعی شود به جای کلمات اختصاری از خود کلمات استفاده شود.

مثال:

به جای kg ۲۰۰، از ۲۰۰ کیلو گرم استفاده شود .
به جای سیا از سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا استفاده شود .

چند توصیه در خبر نویسی

✓ افرادی که خبر به آنها اشاره می کند، اگر برای مخاطب شناخته شده نباشد، باید به طور کامل معرفی شوند و اگر دارای مقام و سمتی هستند، اعلام گردد.

تهران - ایرنا: محسن اسلامی، مدیر کل امور فرهنگی وزارت علوم گفت: تقویت تشکل‌ها در پی حمایت وزارت علوم صورت می گیرد.

✓ خبری که توسط خبرنگار تنظیم می گردد باید از بعد تازگی برخوردار باشد اما بعضی از خبرها نیاز به سابقه رویداد دارند که باید با رجوع به آرشیو به طور خلاصه سابقه قبلی آن برای آشنایی بیشتر مخاطب در ادامه خبر آورده شود.

مثال:

ایلنا: رییس قوه قضاییه دستور توقف در اجرای حکم چهار ماه حبس محمد محمدی گرگانی، استاد حقوق دانشگاه علامه طباطبایی را صادر کرد. به دنبال مذاکرات شفاهی و کتبی انجمن دفاع از حقوق زندانیان با دفتر ریاست قوه قضاییه برای توقف در اجرای حکم استاد دانشگاه علامه طباطبایی، رییس قوه قضاییه دستور توقف این حکم را صادر کرد. لازم به ذکر است این استاد دانشگاه باید جهت تحمل چهار ماه حبس، خود را به زندان معرفی می‌کرد، اما با موافقت رییس قوه قضاییه اجرای این حکم متوقف شد.

محمدی گرگانی پیش از این در دادگاه بدوی به تحمل ۱۰ ماه حبس محکوم شده بود که در رسیدگی تجدید نظر این مدت، به چهار ماه حبس کاهش یافت.

✓ در خبرنگاری بهتر است از فعل معلوم که فاعل آن مشخص است، استفاده شود، مگر در صورتیکه فاعل از اهمیت خاصی برخوردار نباشد.

مثال:

مغازه چهار کتابفروش متخلف بسته شد

مجهول

مأموران مبارزه به گرانفروشی مغازه چهار کتابفروش متخلف را بستند.

معلوم

✓ سعی شود از ماضی بعید زمانی استفاده شود که وقوع یک رویداد قبل‌تر از یک رویداد دیگر، یا گذشته دور باشد در غیر این صورت از ماضی ساده یا نقلی استفاده شود. در مثال زیر استفاده از ماضی ساده درست است.

مثال:

همایش حجاب در دانشگاه آزاد اسلامی با استقبال دانشجویان روبه‌رو شده بود

ماضی بعید

همایش حجاب در دانشگاه آزاد اسلامی با استقبال دانشجویان روبه‌رو شد.

ماضی ساده

✓ سعی شود در خبرهای آینده از فعل مضارع اخباری استفاده شود.

مثال:

واردات بنزین به ۱۸/۵ میلیون لیتر در روز خواهد رسید

مستقبل

واردات بنزین به ۱۸/۵ میلیون لیتر در روز می‌رسد

مضارع اخباری

✓ در نوشتن و تنظیم خبر حتی‌الامکان از به کار بردن کلمات خارجی که مفهوم آنها برای خواننده مشخص نیست، پرهیز شود.

✓ از به کار بردن صفت در خبر خودداری شود چنانچه صفت از سوی منبعی دریافت شده باشد، صفت به نقل از منبع نوشته شود.

مثال:

وزیر خارجه اعلام کرد: « مذاکرات مهمی در سفر رییس جمهور به کشورهای آفریقایی انجام گرفت.»

تبصره: در بعضی موارد به کاربردن صفت، قضاوت خبرنگار نیست، بلکه شرح رویداد و انتقال احساسات رویداد است. لذا به کار بردن آن بلامانع است.

مثال:

گروه حوادث - در تصادف غم انگیز و تأسف‌بار بعد از ظهر دیروز، بر اثر برخورد اتوبوس و کامیون در جاده هراز ۸ نفر کشته و ۲۶ نفر مجروح شدند.

✓ به اصول سرعت و تداوم در تماس با حوزه خبری دقت شود و خبرنگار مداوم با موقعیت‌ها و جاهای مختلف خبرساز، در تماس باشد.

✓ خبرنگار باید همیشه کاغذ، قلم و ضبط صوت در دسترس داشته باشد تا در مواقع ضروری بتواند رویداد را ثبت کند. در صورت امکان دوربین عکاسی نیز در اختیار باشد.

✓ در بعضی مواقع که افراد خبرساز نسبت به ضبط صوت، دوربین عکاسی و حتی نوشتن حساسیت نشان می‌دهند، باید از به کارگیری آنها خودداری و فقط باید به حافظه اکتفا کرد و موارد خبر را به ذهن سپرد.

✓ چنانچه با حوزه خبر یا خبرنگار راجع به رویدادی تماس گرفته شد خبرنگار باید تمام زوایا و اطلاعات رویداد را با سؤال کردن از تماس گیرنده پرسد. همچنین باید به گونه‌ای برخورد کند، تماس گیرنده احساس نکند که با یک شخص تازه‌کار یا کم تجربه تماس گرفته است. در این صورت اعتبار آن حوزه خبری نزد مخاطب کم اعتبار می‌شود.

✓ در بعضی موارد بعضی سازمان‌ها، روابط عمومی‌ها و .. به دلیل شخصی بودن یا سازمانی بودن سعی می‌کنند که خبر مربوط به خود را خیلی بزرگ‌تر از حد واقعی آن جلوه دهند که خبرنگار باید با تشخیص خود و رعایت بی‌طرفی مراتب و میزان واقعی خبر را مشخص کند.

✓ منبع خبر باید در لید آورده شود.

✓ خبر باید لید داشته باشد، لید با مقدمه (برای مصاحبه) متفاوت است. لید بر اساس عناصر خبر تنظیم می‌شود و به طور معمول فاقد توصیف و بیان عواطف و احساسات است، اما مقدمه می‌تواند توصیفی باشد و عواطف نویسنده را منعکس نماید مقدمه به طور معمول برای مصاحبه به کار می‌رود و در جذابیت یک مصاحبه نقش مؤثری دارد.

✓ خبرنگار نباید در تنظیم خبر رویداد، تفسیر و تحلیل کند. خبر فقط گزارش یک رویداد توسط خبرنگار است، اما تفسیر عبارت از اظهار نظر و عقیده نویسنده و خبرنگار است و در خبر نباید ابراز عقیده شود.

✓ تیتیر فشرده‌ای از لید است.

✓ خبرنگار یک واسطه بین رویداد و خوانندگان است و حق سؤال مستقیم از سلیقه خود را ندارد. بلکه باید سؤال خوانندگان و مخاطبان را بپرسد.

✓ بهتر است در تنظیم خبر از عناوین دکتر، مهندس و ... استفاده نشود به جز برای خبرهای علمی، مذهبی و برخی خبرهای خاص که ذکر این عناوین با توجه به تناسب خبر، مانعی ندارد.

مثال:

گروه خبری - دکتر سید محمد حسینی اعلام کرد: هنوز هیچ‌گونه مورد ابتلا به آنفلانزای مرغی در کشورمان مشاهده نشده است و مردم در استفاده کردن از گوشت و تخم مرغ ترس به دل راه ندهند.

مثال:

گروه خبری - مهندس تقی توحیدی مدیر طرح احداث برج مخابراتی - تلویزیونی میلاد گفت: آخرین مرحله ساخت برج میلاد با نصب دکل آنتن فلزی به ارتفاع ۱۲۰ متر در نیمه اول امسال به پایان می‌رسد. وی گفت: این دکل ۳۸۰ تن وزن دارد و قطر آن در پایین ۶ متر و در بالا ۶۰ سانتیمتر است که در ارتفاع ۳۱۵ متری برج نصب می‌شود و با نصب آن ارتفاع برج به ۴۳۵ متر می‌رسد. مهندس توحیدی افزود: کار بالابری را ۴۰ جک هیدرولیکی در دو مرحله انجام می‌دهند که در مرحله اول ۷۰ متر از عملیات بالابری انجام می‌شود. لازم به ذکر است این برج بعد کانادا، مسکو و چین چهارمین برج دنیا از نظر ارتفاع و اولین برج جهان از نظر مساحت رأس سازه است که با استفاده از توانمندی‌های متخصصین کشورمان ساخته شده و در مهرماه سال آینده ۸۶ به بهره‌برداری می‌رسد.

استفاده از واحد مقیاس در خبر

واحد مقیاس بعد از عدد و قبل از معدود می‌آید، واحد مقیاس برای استفاده در موارد مختلف در ادامه آمده است.

۱- نفر یا تن	برای انسان و شتر
۲- سر یا رأس	برای چهار پایان مثل: گاو، گوسفند، بز و ...
۳- دستگاه	برای وسایل نقلیه
۴- قبضه	برای سلاح
۵- عراده	برای توپ و تانک
۶- باب	برای خانه، مغازه، اتاق و ...
۷- فروند	برای کشتی، هواپیما و بالگردان
۸- دست	برای لباس و ظروف به صورت ۶ تایی
۹- جلد	برای کتاب، دفتر و پوست حیوانات
۱۰- قواره یا توپ	برای پارچه و لباس‌های ندرخته
۱۱- تخته	برای فرش، لحاف، پتو و ...
۱۲- جفت	برای کفش، جوراب و دستکش
۱۳- طاقه	برای شال، دستمال و دستار
۱۴- قلاده	برای جانوران و حیوانات وحشی مثل شیر، پلنگ
۱۵- اصله	برای انواع درختان و الوار
۱۶- حلقه	برای لاستیک، فیلم، چاه، انگشتری و اشیای گرد
۱۷- رشته	برای کمر بند، طناب، قنات، مروارید و اشیای نواری
۱۸- شعله	برای لامپ، فانوس، چراغ و ...
۱۹- قطعه	برای عکس، زمین، باغ، چک و ...
۲۰- فقره	برای پرونده، چک، سرقت و ...
۲۱- دهنه	برای پل

لازم به ذکر است در بسیاری از مواقع، علاوه بر موارد فوق از اسم‌های «عدد» و «دانه» نیز استفاده می‌کنند.

فصل سوم

گزارش



گزارش

گزارش در لغت به معنی شرح و تفسیر کردن، خبر کامل دادن، اطلاع دادن، جست‌وجو کردن، انجام دادن، در میان نهادن و اظهار کردن و ... است. در روزنامه‌نگاری، گزارش یکی از عمده‌ترین مجراهای ارتباط مطبوعات با مردم و بالعکس است و واقعیت‌ها را آشکار می‌کند. که گزارش خبری، بهترین نوع گزارش است.

گزارش خبری، در واقع شکل گسترش یافته خبر محض است که در خلال آن مخاطب با جزئیات بیشتر در مورد کم و کیف یک رویداد یا موضوع آشنا می‌شود، علت و چگونگی آن را می‌یابد و در پی آن است که حس کنجکاوی خود را ارضا کند.

در گزارش خبری، آن چیزی که از همه اساسی‌تر است آشکار کردن جزئیات خبر و قابل لمس بودن وجه خبری آن است.

باید توجه شود گزارش خبری شرحی از رویداد است که رویداد را به طور مفصل توضیح می‌دهد، اما لازم نیست که حجم مطالب گزارش زیاد باشد. زیرا بسیاری از گزارش‌ها را می‌توان خلاصه کرد و در حجم کم گزارش جامعی از یک رویداد ارایه داد. به طوری که گزارش در چند سطر خلاصه شود.

مثال:

سرویس بین‌الملل - بانک تسویه‌های بین‌المللی اعلام کرد، سطح سپرده‌های ارزی خارجی ایران در پایان سال ۲۰۰۵ با سه میلیارد دلار افزایش نسبت به سه ماهه پایانی سال ۲۰۰۴ میلادی به ۱۵ میلیارد ۹۹۴ میلیون دلار رسید.

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

افزایش این سپرده‌ها در سال ۲۰۰۵ از سرعت رشد بیشتری برخوردار بوده و ظرف این سال نسبت به سال ۲۰۰۴ هفت میلیارد و ۸۷۳ میلیون دلار بر مقدار آن افزوده شده است که حاکی از ۹۷ درصد رشد است.

البته باید دقت شود گزارش مبهم و گنگ نباشد و با دسته بندی و ارزیابی منطقی، گزارش زمینه تفکر و جهت دهی را در مخاطب زنده کند و او را در نتیجه‌گیری نهایی شریک نماید.

اما برای تعریف دقیق گزارش باید اذعان شود که چون دامنه آن بسیار گسترده است، نمی‌توان همه جوانب آن را در قالب یک تعریف کلی به طوری که همه ابعاد و زوایای آن را در برگیرد، خلاصه کرد.

چرا که هر یک از صاحب‌نظران و پژوهشگران علوم ارتباطات با استفاده از دانش، تجربه و استنباط خود، تعریف خاص خود را ارایه کرده‌اند که در ادامه به چند تعریف در این خصوص اشاره می‌شود.

گزارش: هنر بیان غیر مستقیم واقعیت‌هاست. در واقع بیان توصیفی و تشریحی از واقعیت‌ها است.

گزارش: بیان توصیفی، تشریحی و تصویری یک رویداد یا موضوع اجتماعی است.

گزارش: تلفیق خبر و تحقیق است که با استفاده از خلاقیت و بازسازی هنرمندانه موضوع‌ها، حوادث و واقعیت‌های مهم زندگی اجتماعی ساخته می‌شود.

گزارش: تکنیک انتقال پیام به مخاطب، از جریان یک واقعه، حادثه یا رویداد است، که با استفاده از عناصر خبر، تحلیل، تفسیر، مصاحبه و توصیف، برای کسب حقایق، نتیجه‌گیری و آرایه‌ی راه حل استفاده می‌شود. در گزارش از عناصر ششگانه خبری بیشتری به دو عنصر «چرا» و «چگونه» پرداخته می‌شود و مهم این است که رویداد چرا و چگونه به وقوع پیوسته است و جزئیات و واقعیت‌های نهفته در دل رویداد چه بوده است؟

در یک جمع‌بندی کلی و استفاده از تعاریف صاحب‌نظران می‌توانیم، بگوییم:

گزارش: شکل گسترش یافته خبر است، که می‌کوشد جزئیات و اطلاعات دور از دسترس یک خبر را به صورت توصیفی، تشریحی و تصویری برای مخاطب بیان کند.

به طور کلی گزارش به دلیل جامع بودن خبر و جمع‌آوری شدن اطلاعات و نظرات اشخاص مرتبط با رویداد، برای خوانندگان جالب‌تر است. چون گزارش با توجه به اینکه با اطلاعات کامل از زوایای مختلف رویداد به صورت داستانی و شیرین بیان می‌شود، تا حد زیادی به خواننده نزدیک شده و خواننده با آن احساس نوعی مجاورت، ارتباط و نزدیکی می‌کند.

کاربرد گزارش در نشریات دانشجویی

۱- بیان چگونگی و علت وقایح؛ خبر رویداد را منعکس می‌کند ولی گزارش علاوه بر انعکاس دلایل و چگونگی وقوع رویداد را تشریح می‌کند.
 ۲- انعکاس موضوعاتی که به صورت خبر صرف جذابیتی ندارد.
 مثل وضعیت زندگی در خوابگاه‌های دانشجویی، بررسی وضعیت اعتیاد در بین دانشجویان و ...

۳- انتقال انتقادات، بیان نارسایی‌ها، نواقص و ...

مثل انعکاس کیفیت غذای سلف دانشگاه، امکانات نامناسب رفاهی و ...
۴- انعکاس فعالیت‌های مثبت؛ تهیه گزارش از روند موفقیت یک دانشجوی
مخترع یا المپیادی و ...
مثال:

یک گزارش خبری برای نشریه دانشجویی، که می‌تواند اجتماعی نیز باشد.

در نتایج نظرسنجی دفتر مطالعات وزارت علوم اعلام شد

۱۱ درصد دانشجویان مواد مخدر مصرف می‌کنند

براساس نظرسنجی دفتر مطالعات وزارت علوم از دانشگاه‌ها، ۷/۴ درصد دانشجویان اظهار داشته‌اند که حتی یک بار هم لب به سیگار نزده‌اند، ۴/۲۱ درصد فقط یک یا دو بار سیگار کشیده‌اند و نیمی از افراد سیگاری گفته‌اند که در هفته یک تا دو سیگار می‌کشند.

همچنین ۴/۳ درصد دانشجویان سیگاری قصد ترک آن را داشته‌اند و ۵/۲ درصد نیز قصد ترک سیگار را ندارند.

این نظرسنجی که در بین دانشجویان ۱۳ دانشگاه کشور صورت گرفته، نشان می‌دهد، مصرف مشروبات الکلی در میان دانشجویان بیش از مواد مخدر است. به طوری که در مورد مشروبات الکلی، ۲۰ درصد دانشجویان اظهار داشته‌اند که دست کم یک بار آن را مصرف کرده‌اند، در حالی که این نسبت برای مصرف تریاک به ۱۰ درصد کاهش می‌یابد.

این نظرسنجی که توسط دفتر مطالعات وزارت علوم صورت گرفته و توسط اداره فرهنگی دانشگاه ارومیه در اختیار ایسنا قرار داده است، نشان می‌دهد، از نظر تکرار مصرف نیز، مشروبات الکلی بیش از مواد مخدر مصرف شده‌اند، چون از مجموع ۲۰ درصد مصرف کنندگان مشروبات، نزدیک ۸ درصد آنها بیش از ۱۰ بار مصرف داشته‌اند.

در حالی که نسبت افراد مصرف کننده بیش از ۱۰ بار برای تریاک، فقط دو درصد بوده است.

از جمع بیش از ۵ هزار دانشجو سؤال شونده، حدود ۱۱ درصد مواد مخدر مصرف می کنند و یک درصد نیز خود را وابسته به این مواد می دانند.

درباره مشروبات الکلی و تریاک که پر مصرف ترین ماده مخدر بین دانشجویان است، کم تر از یک چهارم زمان آخرین مصرف خود را هفته گذشته و سه چهارم آخرین مصرف را یک ماه تا یک سال قبل ذکر کرده اند که این امر نشان دهنده تفریحی بودن مصرف در میان حدود ۲۰ درصد دانشجویان است.

نکته قابل توجه این نتایج آن است که درباره مواد مخدر جدید، با اینکه تعداد افرادی که ابراز کرده اند آنها را کم تجربه کرده اند، کم است. ولی نسبت کسانی که مصرف نزدیک تر آن را تجربه کرده اند، حدود ۴۹ درصد از مصرف کنندگان هروئین و ۶۸ درصد از مصرف کنندگان اکستازی را تشکیل می دهد و این امر نشانگر میزان وابستگی و اعتیاد بیشتر افراد به این مواد است.

مطابق بخش دیگری از این نظرسنجی، مصرف انفرادی مواد مخدر بیشتر از مصرف خانوادگی آن است؛ در حالی که مصرف انفرادی مشروبات الکلی نسبت به مصرف خانوادگی آن کمتر است و همچنین مصرف مواد مخدر و مشروبات در محیط های خوابگاهی به ترتیب ۴ برابر و ۶ برابر کمتر از مصرف این مواد در محیط های غیر خوابگاهی (منزل دوستان، سفرهای خانوادگی و دوستانه) است.

همچنین در بخش دیگری از این گزارش تأکید شده است: نام تریاک، حشیش و هروئین بین دانشجویان شناخته شده است و آمفتامین، متادون و اکستازی و شیشه ناشناخته ترین مواد مخدر میان دانشجویان است.

در این تحقیق آمده است: پیرامون واقعیت مسأله مواد مخدر میان دانشجویان، ۹۵ درصد دانشجویان اظهار داشته اند؛ که نام تریاک، حشیش و هروئین را بیش از دیگر مواد مخدر شنیده اند.

طبق بخش دیگری از این نظرسنجی از جمع یک هزار و ۶۱۲ تن که مصرف سیگار را تجربه کرده اند، ۳۳/۳ درصد قبل از سن ۱۵ سالگی سیگار کشیده اند، ۲۲ درصد در سن ۱۵ تا ۱۷ سالگی و بقیه نیز بعد از ۱۸ سالگی اولین مصرف سیگار را داشته اند.

در جمع کسانی که سیگار کشیده اند یا می کشند والدین ۴/۳۰ درصد آنها از سیگاری بودن فرزندانشان اطلاع داشته و والدین ۶/۶۹ درصد آنها از این اتفاق بی اطلاع اند.

همچنین ۶۲ درصد از دانشجویان اظهار داشته‌اند که در بین خویشاوندان نزدیک آنان، فرد یا افراد سیگاری وجود دارند، این نسبت برای دوستان نزدیک به حدود ۳۵/۹ درصد تقلیل می‌یابد و نشان می‌دهد که محیط دانشجویان از نظر سیگاری بودن سالم‌تر از محیط خویشاوندی است.

موضوع گزارش در نشریات دانشجویی به دلیل محدودیت حوزه کار آنها تا حدودی محدودتر از رسانه‌های خارج دانشگاه است اما برای کسی که دارای شَم خبرنگاری باشد موضوعات بسیار زیادی برای تهیه گزارش در حوزه کارشان وجود دارد.

اعتیاد در بین دانشجویان، گرایش دانشجویان به کشیدن سیگار، دلایل افسردگی، دلایل افت تحصیلی، روش‌های موفقیت، دلایل عدم حضور فعال اکثر دانشجویان در فعالیت‌های جمعی، دلایل خودکشی، وضعیت سیاسی، فرهنگی، هنری تشکل‌ها، مشکلات آموزشی دانشکده‌ها، مشکلات صنفی، امکانات ورزشی، وضعیت رفاهی خوابگاه‌ها، امور فوق برنامه، ارتباط دانشجویان دختر و پسر، ازدواج دانشجویی، وضعیت حجاب در دانشگاه، امید به آینده در دانشجویان، برخورد اساتید با دانشجویان، زندگی دانشجویان ممتاز، اختراعات و اکتشافات دانشجویی، موفقیت‌های علمی، دانشجویان شاخص در زمینه‌های مختلف علمی، فرهنگی، هنری، ورزشی، معرفی مکان‌ها، دانشکده‌ها، کارگاه، سایت و ویژگی خاص دانشگاه، وسایل و امکانات آموزش دانشکده و ... می‌توانند سوژه‌هایی مناسب برای نشریات دانشجویی باشند که مورد توجه مخاطبان قرار گیرند.

اما میزان موفقیت این گزارش‌ها به خلاقیت، قدرت قلم و توانایی فردی گزارشگر، تحقیق و پژوهش بیشتر، استفاده از منابع متعدد و اقتضائات مکانی و زمانی حوزه گزارش دارد. چه بسا ممکن است، انتشار یک گزارش خوب، منطقی و جامع در نشریه دانشجویی بتواند راه حلی مناسب برای رفع مشکلی ارایه کند و یا حداقل اینکه با برجسته کردن بعضی از مشکلات دانشجویان که کمتر به آن توجه می‌شد،

مسئولان مربوطه را برای حل آن مشکل به تکاپو وا دارد، یا ممکن است با تهیه گزارش موجب دلگرمی و تشویق دانشجویان خلاق، نفرات ممتاز در زمینه‌های مختلف، مسئولانی که به طور جدی تلاش می‌کنند، موفقیت‌های مختلف دانشجویان و ... شد.

ویژگی های گزارش حرفه‌ای

- ۱- دارا بودن اطلاعات مستند، غنی و متکی بر آمار و ارقام و متناسب با واقعیت‌ها؛
- ۲- دارا بودن ساختار محکم نگارشی و بهره‌گیری‌های متناسب از زبان قصه‌گونه و توصیفی در جایگاه مناسب خود.
- ۳- پرهیز از شعار گرایی و سطحی نگری در مسایل گوناگون، به‌خصوص در پدیده‌های اجتماعی.
- ۴- استفاده از قلم موشکافانه، نقادانه و تحلیل‌گرانه در سوژه‌هایی که در گزارش به آنها اشاره می‌شود.
- ۵- استفاده از جوهره‌ی تخیل و بهره‌گیری از لیدهای قیاسی، استقرایی و تشریحی در جای مناسب خود (البته گفتنی است که تخیل گزارشگر نباید او را از واقعیت‌های اجتماعی دور کند).

انواع گزارش

- گزارش خبری؛
- گزارش تحقیقی، اجتماعی؛
- گزارش از محل؛
- گزارش از شخص و اشیا؛
- گزارش سفر؛
- خاطره نویسی؛
- گزارش علمی و تخصصی؛
- گزارش تصویری؛

چند نوع گزارش دیگر نیز مورد توجه رسانه‌ها هستند که ممکن است تا حدودی از شیوه‌های بالا استفاده شود. اما به طور کلی تا حدی متفاوت هستند.

- گزارش سافت نیوز؛
- گزارش رپرتاژ آگهی؛
- گزارش پیگیرانه و سلسله‌وار؛

گزارش خبری

مجموع گزارش‌های تهیه شده از رویدادها، حادثه‌ها، سخنرانی‌ها، کنفرانس‌ها، مجامع و مراسم مختلف، خبرها و رویدادهایی که اتفاق افتاده یا در شرف وقوع است و در آینده اتفاق خواهد افتاد را، شامل می‌شود. گزارش خبری از رویدادهای روز است و جزئیات بیشتری را در مورد کمیت و کیفیت یک رویداد یا موضوع برای مخاطب روشن می‌کند و شوق دانستن و کنجکاو خواننده را ارضا می‌کند و مخاطب علت و چگونگی رویداد را می‌یابد.

این گزارش زمانی تهیه می‌شود که خبر اولیه در مورد یک رویداد، نتواند نیاز کنجکاو و شوق دانستن خواننده را ارضا نماید. از ویژگی‌های این نوع گزارش که به بیان توصیفی و تشریحی رویداد با توجه به دو عنصر «چرا» و «چگونه» می‌پردازد، حضور گزارشگر در صحنه، تماس و ارتباط با همه منابع مرتبط، کسب اطلاعات دقیق واقعی همراه با استفاده از نقل قول‌ها، مصاحبه‌ها، آمار و ارقام، توصیف و تشریحی در حد اقتضای موضوع است.

برای تهیه گزارش خبری باید موارد زیر را در نظر داشت.

- سابقه و پیشینه رویداد آورده شود.
- نظرات مسؤولان، 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 جزیی و مهم از اجزای 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 نو آوری و تصویر پردازی استفاده شود.
- از قدرت تخیل در گزارش تا حدی که به واقعیت و اعتبار گزارش آسیب نرساند، استفاده شود.

مثال:

نشریات دانشجویی از کارکردهای اصلی خود باز مانده‌اند!

نهمین جشنواره منطقه‌ای نشریات دانشجویی و نهمین نمایشگاه نشریات دانشجویی دانشگاه‌های استان تهران از روز چهارم خرداد ماه در دانشگاه تهران آغاز به کار کرده است.

در این جشنواره که روز گذشته ششم خرداد ماه به کار خود پایان داد، حدود ۲۱۰ نشریه و ۲۴۰۰ عنوان اثر از سوی دانشجویان دانشگاه‌های استان تهران ارائه شد.

به گفته دبیر این جشنواره فراهم کردن محیطی برای عرضه نشریات دانشجویی، ایجاد ارتباط میان دانشجویان فعال در نشریات دانشجویی و عرضه فعالیت فرهنگی، ایجاد انگیزه و تحرک در جهت ارتقای سطح کیفی نشریات دانشجویی، از مهمترین اهداف جشنواره برگزاری نمایشگاه به شمار می‌رود. اما به نظر می‌رسد که عملکرد کنونی نشریات دانشجویی به دلیل مشکلات و محدودیت‌های متعدد حرکت به سوی این اهداف را کند کرده است. دبیر جشنواره و چند نفر از دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی در گفت‌وگو با خبرنگار ما موانع و محدودیت‌ها را بیان کردند.

معاون امور فرهنگی دانشگاه تهران و دبیر نهمین جشنواره منطقه‌ای نشریات دانشجویی دانشگاه‌های تهران در خصوص ماهیت و رسالت نشریات دانشجویی به خبرنگار ما می‌گوید: نشریات دانشجویی بدون شک باید پاسخگوی نیازهای دانشجو و دانشگاه باشند.

طبق قانون خاص خود مجوز می‌گیرند و دست‌اندرکاران این نشریات که دانشجویان و اعضای هیأت علمی هستند در خصوص عمده مسایل موجود در جامعه دانشگاهی یعنی مسایل صنفی، معیشتی، آموزشی و مسایل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی که شاید بخشی از آن نیز نگاه به بیرون داشته باشد به فعالیت می‌پردازند.

وی در خصوص نحوه عملکرد این نشریات اظهار می‌دارد: بر اساس آمار خانه نشریات دانشجویی، نزدیک به ۶۰ درصد از نشریات دانشجویی به مسایل سیاسی می‌پردازند و این موضوع نیاز به یک بازخوانی مجدد دارد به طوری که

نشریات دانشجویی طبق آنچه مورد انتظار است علاوه بر پرداختن به مسایل سیاسی در حد معقول، بتوانند منعکس کننده نیاز و برآیند تحولات صنفی در مجموعه دانشگاه باشند.

البته انعکاس و اظهار نظر در خصوص مسایل خارج از دانشگاه برای نشریات دانشجویی امری پسندیده است ولی نباید فراموش کرد که یک نشریه دانشجویی از آنجا که در گستره دانشگاه به چاپ می رسد باید اولویت راه مسایل دانشگاهی و دانشجویی قرار داده و منعکس کننده نیاز و مطالبات دانشگاه و دانشگاهیان باشد.

وی تأکید می کند: نشریات دانشجویی، باید از کلیه تشکیلات یک روزنامه از قبیل، مدیر، خبرنگار، گزارشگر، صفحه بند، توزیع، فروشنده و... برخوردار باشد همه این تشکیلات اگر چه در مقیاس کوچک تری نسبت به روزنامه های دیگر قرار دارند ولی هدایت و تأمین آنها وقت زیادی نیاز دارد و لذا تلاش های مضاعفی هم باید از سوی مجموعه دانشجویان انجام شود.

بنابراین هر یک به منزله نوعی مشکل در سر راه نشریات دانشجویی خواهد بود و اگر چه تهیه یک نشریه دانشجویی و انجام فعالیت های فوق برنامه برای دانشجویان منجر به کسب تجربه بیشتر می شود ولی با وجود موانع مالی و شفاف نبودن بحث پشتیبانی مالی، وجود برخی مشکلات در آیین نامه نشریات دانشجویی، گستره توزیع، نحوه اخذ مجوز، تخلفات نشریاتی و نحوه برخورد با آنها همگی جزء موانع و محدودیت های موجود بر سر راه فعالیت این نشریات به شمار می روند.

بخشی از این مشکلات در حیطه قانونگذاری است که در سطح وزارتخانه باید مورد رسیدگی قرار گیرد و بخش دیگری از آن نیز سلیقه ای است و دانشگاه های مختلف بر اساس رویه خاص خویش بدان رسیدگی می کنند.

وی در خصوص منابع تأمین بودجه نشریات دانشجویی توضیح می دهد: نزدیک به ۵۰ درصد انتشار هر شماره نشریه دانشجویی در دانشگاه تهران از سوی دانشگاه پرداخت می شود یعنی تا سقف ۱۰۰ هزار تومان از کل بودجه مورد نیاز و مابقی آن باید از محل فروش نشریات و چاپ آگهی تأمین شود.

وی می افزاید: آنچه اهمیت دارد این نکته است که نگاه نشریات دانشجویی، هیچگاه نباید به کمک دانشگاه باشد، بدیهی است تلاش و کوشش آنها برای جذب منابع و درآمد حرکتی است که تجربه ای را به تجربیات دیگر آنان اضافه

می کند، در واقع اگر بنا باشد که نشریه دانشجویی به طور صددرصد به کمک دانشگاه وابسته باشد به طور طبیعی هیچ انگیزه‌ای برای کیفیت بهتر و اضافه کردن تیراژ خود نخواهد داشت.

محمد صادق صنوبری، سردبیر یک نشریه دانشجویی نیز با بیان این مطلب که وجود نشریات دانشجویی در حیطه دانشگاه‌ها برای انعکاس مشکلات صنفی، تشریح جو موجود در دانشگاه‌ها و رویدادهای محیط پیرامون و در جهت بروز استعدادها و نهفته دانشجویان بسیار ضروری است اظهار می دارد: اگر بخواهیم این نشریات در فضایی آرام و بی دغدغه به فعالیت پردازند و مطابق آنچه انتظار می رود سازنده باشند، بهترین کار این است که مشکلات مالی مرتفع گردد چرا که در حال حاضر مشکلات مالی یکی از اصلی‌ترین مشکلات ما محسوب می شود و دانشگاه نیز تاکنون کمک‌های بسیار ناچیزی از تشکیلات ما به عمل آورده و متأسفانه بسیج دانشجویی نیز ما را مورد حمایت مالی خود قرار نداده است.

مهدی قندهاری مدیر مسؤول یکی دیگر از نشریات دانشجویی نیز می گوید: به نظر می رسد اولین رسالتی که نشریات دانشجویی به عهده دارند کار اطلاع رسانی و انتقال اخبار و پیام‌های محیط دانشگاه‌ها و حتی خارج از دانشگاه است ولی متأسفانه این رسالت نشریات دانشجویی اغلب تنها از یک بعد، آن هم با سیاسی کاری نمود پیدا می کند، در واقع سیاسی کاری نشریات دانشجویی به عنوان یک نقص عمده در عملکرد آنها تا حد زیادی باعث انحراف آنها از مسیر اصلی شان شده است. شاید بتوان علت این موضوع را سیاست زدگی جامعه به خصوص پس از سال ۷۶ به بعد عنوان کرد و این موضوعی اجتناب ناپذیر است این در حالی است که نشریات دانشجویی باید در کلیه زمینه های علمی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... فعالیت داشته باشند.

وی با تأکید بر درک جایگاه نشریات دانشجویی توسط مسؤولین دانشگاه‌ها می گوید: مسؤولین باید به این موضوع واقف باشند که نشریات دانشجویی برای گذران اوقات فراغت از سوی دانشجویان طراحی و تولید نمی شوند بلکه باید به فعالیت‌هایی که در این زمینه صورت می گیرد با دیدی بلند مدت نگاه کنند چرا که این فعالیت‌ها به یقین امکان رشد دارند.

وی ادامه می دهد: در حال حاضر بسیاری از معضلاتی که گریبان جامعه دانشگاهی را گرفته است، ناشی از انفعالاتی است که دانشجویان ما با آن مواجه می باشند و رکود فعالیت‌های فوق برنامه و دانشجویی یکی از عواملی است که

باعث شده است تا دانشگاه‌ها به این سمت گرایش پیدا کنند. در حالی که فعالیت‌های جمعی و گروهی می‌تواند دانشجویان را از آسیب‌های اجتماعی دور نگه دارد.

وی می‌گوید: متأسفانه طی سال‌های اخیر شاهد هستیم که به تدریج میزان استقبال از محافل و برنامه‌های دانشگاهی و فعالیت‌هایی همچون راه اندازی نشریات کاهش پیدا کرده است و اگر این روند همچنان ادامه پیدا کند ممکن است ما در آینده این برنامه‌های اندک را هم نداشته باشیم.

دبیر انجمن صنفی نشریات دانشجویی نیز در گفت‌وگو با خبرنگار ما از دانشجویان به عنوان قشر روشنفکر جامعه یاد می‌کند که خود را در تصمیم‌گیری‌ها و حتی برنامه‌ریزی‌ها تأثیرگذار می‌دانند.

لذا نیاز به یک تربیون یا ابزار خاصی دارند و به نظر می‌رسد که هیچ ابزاری بهتر از نشریه نمی‌تواند چنین کارایی داشته باشد.

وی می‌افزاید: نشریات دانشجویی در اغلب کشورها دارای تأثیرگذاری زیاد بوده و در فعالیت‌های فرهنگی، هنری جایگاه خاصی دارند در کشور ما نیز به‌خصوص پس از سال‌های ۷۷-۷۸ که اولین جشنواره نشریات دانشجویی سراسر کشور را داشتیم تا به امروز این نشریات کم و بیش جایگاه خود را پیدا کرده‌اند.

وی در خصوص عملکرد نشریات دانشجویی به لحاظ محتوایی می‌گوید: نشریات دانشجویی ما طی سال‌های اخیر از نظر محتوایی نه تنها پیشرفتی نداشته‌اند بلکه دچار افت نیز شده‌اند.

مقایسه وضعیت این نشریات در چهارمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی با جشنواره دوره پنجم این موضوع را ثابت می‌کند که چه به لحاظ کمی و از نقطه نظر تعداد شرکت‌کنندگان، تعداد آثار و برنامه‌های جنبی و چه به لحاظ محتوایی یعنی انحراف از مسیر اصلی و عدم پرداخت به مسائلی همچون بخش‌های صنفی، مطالب علمی، اجتماعی، فرهنگی و... دچار افت شده‌اند و شاید لازم باشد تا یک مدیریت تأثیرگذار به عنوان هادی، این جریان را بیش از پیش هدایت کند.

گزارش خبری می‌تواند کوتاه باشد و در قالب چند جمله همه اطلاعات را به خواننده انتقال دهد.

مثال:

کشتی غول پیکر، از اسارت آب دریا رهایی یافت

سرویس شهرستان‌ها - کشتی غول پیکر سنندج متعلق به شرکت ملی نفت ایران، که در جنگ تحمیلی هدف هواپیماهای عراقی قرار گرفته و غرق شده بود با ابتکار یک گروه متخصص داخلی از دریا بیرون کشیده شد. این نفتکش که ۳۴۰ متر طول، ۵۰ متر عرض و تا عرشه ۲۵ متر ارتفاع داشت در سال ۶۷ بر اثر اصابت ۱۲ موشک و بمب از وسط به دو نیم تقسیم شد و در آبهای حوالی خارک ۱۴ متر در گل‌ولای خلیج فارس فرو رفت. یک گروه از متخصصان دانشگاهی کشورمان، با وجود اعلام شرکت‌های اروپایی مبنی بر غیر قابل نجات بودن کشتی، مسؤلیت بیرون کشیدن و نجات نفتکش غرق شده را بر عهده گرفتند و موفق شدند پس از چند ماه تلاش شبانه‌روزی این نفتکش را از آب بیرون بکشند. نفتکش سنندج با ۳۶ هزار و ۶۰۰ تن وزن خالص، ظرفیت بارگیری ۲۹۶ هزار تن نفت را داشته است.

گزارش تحقیقی یا اجتماعی

این نوع گزارش در مورد مسایل، مشکلات، واقعیت‌های مختلف اجتماعی و انتخاب موضوعات مناسب با در نظرگیری شرایط خاص زمانی و مکانی و نیازهای عمومی جامعه می‌باشد که یکی از مؤثرترین و کارآمدترین نوع گزارش است. یک گزارشگر با استفاده از هوش، استعداد، آگاهی، اطلاعات، یافته‌های تحقیقی، واقعیت‌های جامعه، بیان هنرمندانه، ذهن باز و تیزبین همراه با توصیف و فضا سازی، تجسم، نثر ساده و زیبا و خلاقیت خود اقدام به تهیه گزارش تحقیقی یا اجتماعی می‌کند.

این نوع گزارش از مسایل و مشکلات مختلف جامعه و دانشگاه تهیه می‌شود و انتخاب موضوع و تعیین اولویت‌ها بستگی به نیازها و خواسته‌های عمومی دانشجویان و مردم متناسب با مقتضیات زمانی دارد. هر موضوعی که بتواند توجه مخاطبان را بیشتر به خود جلب کند و ذهن افکار عمومی را به خود مشغول نماید می‌تواند سوژه گزارش باشد. یک خبرنگار اگر با مخاطبان به خوبی ارتباط برقرار کند به راحتی می‌تواند اولویت‌های گزارش را شناسایی کند.

در گزارش تحقیقی و اجتماعی گزارشگر باید برای دقیق و عمیق کردن گزارش خود و ارجح کردن این نوع گزارش نسبت به سایر گزارش‌ها از آمار و ارقام، تحقیقات وسیع و پیچیده، بیان و افشای حقایق دور از دسترس، عدم اعمال گرایش‌های شخصی و حفظ بی‌طرفی و همچنین نتیجه‌گیری منطقی و ارایه راه حل مناسب و عملی استفاده نماید.

زیرا در گزارش اجتماعی، صحت امر تحقیق، توانایی تفسیر و تحلیل آماری، جمع آوری اطلاعات جامع و کامل‌تر، دقیق بودن و جدید بودن برای مخاطب اهمیت ویژه‌ای دارد و خواننده می‌تواند با خواندن گزارش به راحتی میزان تلاش و سماجت گزارشگر را در جمع آوری اطلاعات و توان او را در تحلیل و پردازش گزارش دریابد.

مثال:

بحران رکود و ورشکستگی در کمین بزرگ‌ترین صنعت اشتغال زای کشور

گروه اجتماعی - حدود ۷۰۰۰ واحد تولیدی نساجی، پوشاک و چرم در سراسر کشور با بیش از ۶۶۰ هزار نفر نیروی کاری (حدود ۳۰ درصد از کل اشتغال زایی کشور) در آستانه ورشکستگی هستند.

براساس این گزارش، سهم ۳۰ درصدی اشتغال زایی صنعت نساجی بدون احتساب اشتغال‌زایی غیر مستقیم این صنعت و ارتباط آن با صنایع دیگر می‌باشد که بسیار حایز اهمیت است.

این صنعت طی سال‌های گذشته با وجود موانع و مشکلات، همواره به دلیل سخت کوشی و ابتکار عمل، ارقام صادراتی آن نسبت به سایر صنایع چشمگیرتر بوده است و حدود ۳۰ درصد از کل ارزش صادرات صنعتی تحت تعرفه وزارت صنایع، به صنایع نساجی اختصاص دارد.

طبق مطالعات انجام شده به ازای هر یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی زمینه اشتغال یک میلیون نفر فراهم می‌شود و دو میلیارد دلار صادرات نیز در سال تحقق خواهد یافت.

بر اساس آخرین آمار از واحدهای نساجی کشور، تداوم و حتی تشدید مشکلات باعث شد تا نرخ بهره برداری از ظرفیت‌های نصب شده به طور جدی کاهش یابد.

در حال حاضر در امارهای رسمی به طور میانگین فقط از حدود ۴۵ درصد ظرفیت اسمی کارخانجات و واحدهای نساجی استفاده می‌شود که حتی در برخی از کارخانجات این رقم به کمتر از ۲۰ درصد رسیده است.

بنا به گفته مهندسان نساجی عمده‌ترین مشکلات این صنعت عبارتند از:

۱- کمبود شدید نقدینگی و سیاست‌های انقباضی سیستم بانکی به طوری که برخی واحد قادر به دریافت جذب ارزهای تخصصی نیستند.

۲- صدور بی رویه موافقت اصولی در طول سال‌های گذشته و بی توجهی به چگونگی تأمین مواد اولیه این واحدها و یا میزان نیاز کشور به محصولات آنها.

۳- عدم فروش تولیدات و در نتیجه انباشت میلیاردها ریال محصول در انبار کارخانه‌ها.

۴- بی ثباتی و یا تعرض در قوانین و لوازم یدکی ماشین آلات خارجی.

۵- تحمیل ده‌ها نوع عوارض و هزینه‌های غیرقانونی و غیر منتظره از سوی سازمان‌ها و ادارات و کارخانه‌ها.

۶- ضعف نیروی انسانی و کارگران کارخانه‌ها از لحاظ بالا بودن سن، عدم امکان بازنشسته نمودن کارگران و غیر متخصص بودن آنها و تراکم نیروی انسانی در واحدهای قدیمی.

- ۷- بالا بودن قیمت تمام شده تولیدات به دلیل عوامل فوق‌الذکر و عدم رقابت با محصولات مشابه خارجی.
- ۸- فرسودگی ماشین‌آلات کارخانه‌های قدیم و ضرورت بازسازی آنها.
- ۹- موانع و تنگناهای صادرات غیر نفتی.
- ۱۰- فقدان استراتژی صنعتی و ضعف اطلاعاتی در کشور که منجر به برنامه‌ریزی‌های غلط و یا جهت‌گیری ناصحیح در راه انتخاب رشته صنعتی و سرمایه‌گذاری شده است.
- ۱۱- واردات بی رویه و ارزان قیمت منسوجات و پارچه‌های خارجی.
- ۱۲- نارسایی سیستم مالیات و ناعادلانه بودن این سیستم.

در این رابطه یک مهندس نساجی می‌گوید: از سال ۷۶ تاکنون موانع زیادی از جلوی صادرات برداشته شده، اما برای صنعت نساجی کافی نبوده است و می‌افزاید: از سال ۷۸ بحث بازسازی و نوسازی صنایع نساجی مطرح شد، اما عملی نگردید.

در این رابطه مدیر کل گروه نساجی وزارت صنایع و معادن گفت: به نظر می‌آید با مواردی که برای بازسازی و نوسازی نساجی مصوب شد، بخشی از مسایل اقتصادی کارخانه‌ها و به‌خصوص آن چیزی که به آنها تحمیل شده بود جبران شد.

یک کارشناس نساجی در این زمینه اظهارداشت: در سال ۱۹۹۹ اروپا و ژاپن بالغ بر ۱۰۰ میلیارد دلار پوشاک از کشورهای در حال توسعه وارد کردند که این رقم نسبت به سال ۱۹۹۸ حدود ۸ درصد رشد را نشان می‌دهد و تخمین زده می‌شود ۶۰ درصد از پوشاک به فروش رفته باشد.

این کارشناس نساجی می‌افزاید: حرکت تولید پوشاک به خارج از مرزهای کشورهای صنعتی روند رو به افزایش داشت، به نحوی که ارزش واردات پوشاک به آمریکا از ۱۱/۲ درصد در سال ۱۹۹۲ به ۱۵/۳ درصد در سال ۱۹۹۹ افزایش یافت و رشد واردات به اروپا نیز در حال رشد است.

وی در ادامه افزود: در نتیجه رقابت جهانی در صنعت نساجی و پوشاک این صنعت به بخشی مشکل و حساس تبدیل شده است و از طرف دیگر اشتغال‌زاترین بخش صنعت نیز می‌باشد و در تجارت جهانی محصولات نساجی

ماهیت سیاسی نیز پیدا کرده است به طوری که گسترش و سرمایه‌گذاری در این بخش، می‌تواند تا حدود زیادی منفعت ملی را نیز به همراه داشته باشد. لذا اگر مسئولان مربوطه و دولت اگر توجه بیشتری به این صنعت مهم و تأثیرگذار داشته باشند و در این بخش سرمایه‌گذاری لازم را انجام دهند علاوه بر آنکه اشتغال زایی خواهد شد، زمینه اشتغال تعداد زیادی فراهم می‌گردد. همچنین صادرات منسوجات کشور نیز افزایش خواهد یافت و ارز وارد کشوری‌شود. علاوه بر آن این صنعت خود کفا شده و از ورود محصولات خارجی که فرهنگ خارجی را نیز با خود به همراه دارد جلوگیری خواهد شد.

گزارش از محل

این نوع گزارش با هدف معرفی یک محل، منطقه، بخش و یا مکان خاصی می‌باشد که از نظر ویژگی‌های اقلیمی و جغرافیایی، فرهنگ و سنن، آداب و رسوم، وضعیت فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مردم، تاریخچه، آثار باستانی و بعضی ویژگی‌های خاص، می‌تواند برای گروهی از مخاطبان جاذبه داشته باشد. موضوع این گزارش می‌تواند درباره یک کشور، شهر، بنای تاریخی، دانشگاه، دانشکده، روستا، زیارتگاه، نمایشگاه، مسجد، مدرسه، پارک، جنگل، موزه و... باشد.

تصویر پردازی برای امکان تجسم بخشیدن محل در ذهن مخاطبان بسیار اهمیت دارد. رفتار، روحیات، اقتصاد، ارتباطات، هویت منطقه یا محل گزارش، تاریخ گذشته، حال و چشم انداز آینده، ابنیه و آثار به جامانده تاریخی نیز باید در گزارش گنجانده شود و گزارشگر باید با صداقت، مطالب و خبرهای تهیه شده را انتقال دهد. در این نوع گزارش غیر از محیط مادی و فیزیکی عوامل انسانی و جاندار محیط نیز در صورت داشتن چنین ویژگی، باید معرفی شود.

مثال:

گزارشی از پانسیون‌های دانشجویی نه هتل، نه خوابگاه!

وجود پانسیون‌های خصوصی در ایران در سال‌های اخیر به دلیل افزایش حجم دانشجویان به خصوص دانشجویان دختر به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است که بر اساس اخبار منتشر شده در برخی از رسانه‌ها، عده‌ای با سوءاستفاده از این شرایط به سودجویی از این موقعیت می‌پردازند.

مدیر سازمان ایرانگردی و جهانگردی استان تهران نیز چندی پیش اعلام کرده بود که برخی از افراد سودجو به دلیل رسیدن به مقاصد خود، چنین پانسیون‌هایی را تأسیس می‌کنند و خانواده‌ها نباید به منظور کمتر هزینه کردن، جوانان خود را در چنین اماکنی مستقر کنند. نسبت به این پانسیون‌های غیر قانونی هیچ گونه نظارتی توسط هیچ سازمانی انجام نمی‌شود.

چنانچه بسیاری تحت عنوان پانسیون، بدون دریافت مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی با خرید ساختمان‌های قدیمی و تهیه وسایل دست دوم، اتاق‌هایی را به قشر دانشجو و غیر دانشجو اجاره می‌دهند و به دلیل نبود نظارت کافی، تخلفاتی نیز در این پانسیون‌ها صورت می‌گیرد که باعث تخریب اذهان عمومی نسبت به پانسیون‌های خصوصی می‌شود.

در این میان، سه پانسیون قانونی دختران در شهر تهران به نام‌های مریم، مادر و مهر وجود دارد که به گفته مسئولان آن به دلیل نبود اطلاع رسانی کافی و کامل، تحت تأثیر افکار منفی نسبت به پانسیون‌های غیر قانونی قرار گرفته و قادر به فعالیت مؤثر و مفید نیستند.

یکی از قدیمی‌ترین پانسیون‌های قانونی در تهران، پانسیون «مادر» است که در حدود ۱۴ سال پیش یعنی سال ۱۳۶۹ با دریافت مجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به طور رسمی کار خود را آغاز کرده است و هم اکنون

نیز در عضویت اتحادیه هتلداران است و با اداره اماکن نیز در ارتباط است تا هنگام ورود هر پانسیون از وضعیت او اطلاع کسب شود.

سرور کلانی، بهره بردار و صاحب امتیاز پانسیون دخترانه «مادر» از قرار گرفتن ضوابط پانسیون‌ها و هتل‌ها در کنار هم، گله دارد و می‌گوید: خدماتی که یک پانسیون به پانسیون‌های خود ارائه می‌دهد، بسیار متفاوت از هتل‌هاست.

در پانسیون به دلیل این که مدت اقامت طولانی‌تر از هتل است، افراد حکم اعضای یک خانواده را دارند و مسئولان یک پانسیون قانونی به پانسیون‌های خود علاوه بر خدمات فیزیکی باید به لحاظ روحی و روانی نیز سرویس دهند.

وی می‌گوید: مسئولان پانسیون برای حفظ امنیت و سلامت پانسیون هنگام ورود هر فرد برای اجاره اتاق با ارائه مشخصات فردی به اماکن از صحت هویتی او مطمئن می‌شود و سپس با حضور والدین دوستان یا آشنایان و ارائه کارت دانشجویی اگر دانشجو باشد، قرارداد اجاره منعقد می‌کند.

در این پانسیون خصوصی اتاق‌هایی به صورت یک تخته، دو یا سه و یا سوییچ یک نفره هستند که اجاره بهای هر یک طبق مصوبات سازمان ایرانگردی و جهانگردی تنظیم شده است و امکانات هر کدام شامل یخچال تخت و کمد است و اتاق‌های دو یا سه نفره، تخت‌ها به صورتی است که کاملاً روی همدیگر قرار نگرفته و به صورت پلکانی و یا عمود بر یکدیگر قرار گرفته است و وظیفه نظافت اتاق‌ها و تعویض ملحفه‌ها بر عهده پرسنل پانسیون است.

ساعت خروج از پانسیون در شش ماه اول از ساعت ۶ صبح تا ۹ و ۳۰ دقیقه شب و در شش ماهه دوم سال نیز از ساعت ۶ صبح تا ۹ شب است و تنها در موارد خاص ساکنان می‌توانند با اطلاع والدین خارج از زمان مقرر بیرون از پانسیون باشند.

مدیر پانسیون مادر در سخنانی با بیان این که یکی از شرایط این است که خارج از مصوبات سازمان گردشگری به دانشجویان تخفیف بدهند تا دانشجویان بتوانند با اقامت در این اماکن مدارج علمی‌شان را به خوبی طی کنند، می‌گوید: ولی واقعیت این است که اگر وضعیت به همین صورت ادامه پیدا کند، پانسیون‌های خصوصی که از نظر اقتصادی خود اتکا هستند در چند سال آینده مجبور به تعطیلی می‌شوند.

گزارشی از یک شهر شمالی

شهرستان بهشهر با ۱۷۴۹ کیلومتر مربع مساحت در شرق استان مازنداران واقع شده است. این شهر از شمال به دریاچه خزر از جنوب به کوهستان‌های سرسبز رشته کوه البرز و استان سمنان، از شرق به گرگان و از غرب به ساری محدود می‌شود.

ارتفاع این شهرستان از سطح دریا ۲۰ متر است و شامل سه بخش، ۳ شهر و بیش از ۱۰۰ ده و روستا می‌باشد که به تازگی نکا یکی از بخش‌های این شهر، از زیر مجموعه آن خارج شد و به شهرستان ارتقا یافت.

جمعیت شهرستان بهشهر پس از کسر جمعیت نکا حدود ۲۰۰ هزار نفر است که نیمی از این جمعیت، شهر نشین و از نظر جمعیت، پنجمین شهر مازنداران می‌باشد. شهر بهشهر در دامنه رشته کوه سرسبز البرز واقع شده و مثل کودکی است که در آغوش مادرش باشد بزرگ‌ترین رشته کوه سرسبز جهان به گونه‌ای این شهر را در بر گرفته است که گویا وظیفه نگهبانی و محافظت از آن را بر عهده دارد.

هر رهگذری که از سمت تهران به طرف این شهرستان مسافرت کند در ابتدا ورودی شهر بر ارتفاع کوه در سمت راست جاده، ساختمان بزرگ و باستانی زیبایی را در کنار یک بنای کروی سفید رنگ بزرگ می‌بیند این اثر زیبا همه رهگذران را در بدو ورود به این شهر به کنجکاوی وا می‌دارد که از خود پرسند آن بنای کروی که مثل یک توپ بزرگ سفید رنگی است که بر ارتفاع سرسبز کوه قرار داده باشند به چه منظوری و چه وقت ساخته شده است.

این بنا در زمان شاه عباس اول ساخته شد که پس از ساخت، بر اثر جنگی تخریب گردید بنای تخریب شده، در زمان نادر شاه به شکل زیباتر از حالت اول مرمت و بازسازی شد و پس از آن در مقابل انواع خطرات طبیعی و غیر طبیعی تا به امروز مقاومت کرده و همچنان عقابی تیز بین بر ارتفاع کوه با قامتی سر به فلک کشیده نظاره‌گر مسافران، رهگذران و مردم شهر می‌باشد.

این بنا در زمان پهلوی به مرکز تفریح و جاسوسی مستشاران آمریکایی تبدیل گردید بود و گفته می‌شود فعالیت‌های شوروی سابق، در این مرکز توسط مستشاران اطلاعاتی غربی جاسوسی می‌شد. که دوربین‌های آن هنوز موجود است.

در مرکز این شهر یک اثر باستانی دیگر وجود دارد که شهرداری بهشهر با اشغال این اثر باستانی و ملی، به عنوان دفتر کار، در مقابل سر در آن، چهار شمشیر دو سر بزرگ را در چهار جهت به صورت تکیه داده به هم به شکل بنای ۱۲ متری ساخته است به طوری که دسته شمشیر بر روی زمین و نوک شمشیر به طرف بالا بوده و به هم متصل شده‌اند.

این اثر باستانی که در حال حاضر به ساختمان شهرداری تبدیل شده، متعلق به دوره صفویه و قصر سلطنتی شاه عباس صفوی معرف به «چهلستون» بوده است.

شهرستان بهشهر با بررسی‌هایی که از دو غار «هوتو» و «کمر بند» از جمله آثار باستانی متعلق به انسان‌های نخستین (واقع در پنج کیلو متری جنوب غربی بهشهر در روستای کوهستان) به عمل آمده سابقه ۱۰ هزار ساله دارد و در طول تاریخ نام‌های «تیمشه»، «نامیه»، «خرگوران»، «پنجهزاره»، «آسیابسر»، «اشراف‌البلاد» و در زمان رضا خان نام «بهشهر» به معنی «بهترین شهر» را به خود گرفت.

اثر تاریخی چشمه عمارت و استخر جنگلی عباس آباد واقع در شش کیلومتری جنگل‌های جنوب شرقی بهشهر از جمله آثار باستانی این شهرستان می‌باشد، که با ویژگی‌های منحصر به فرد و زیبایی‌های دل انگیز خود، هر رهگذری را به طرف خود می‌کشد.

سازمان ایرانگردی و جهانگردی با قرار دادن این مجموعه زیبا در ردیف پروژه‌های بزرگ، ساخت و ساز در حریم این محوطه تاریخی را ممنوع کرده است.

مدیرکل میراث فرهنگی مازندران چندی پیش گفته بود: مجموعه تاریخی عباس آباد بهشهر در زمان آبادانی خود به عنوان یکی از مشهورترین مجموعه‌های صفویه مورد توجه بوده است و در حال حاضر ساخت و ساز در حریم ۴۰۰ هکتاری آن ممنوع است.

این بنا که در زمان شاه عباس اول صفوی در قرن ۱۱ هجری قمری ساخته شد. شامل کاخ، حمام، مسجد، کوشک داخل آبندان، پل ارتباطی، سد، برج دیدبانی و جاده سنگفرش بوده است که امروزه به‌جز چهارطاقی داخل آبندان، برج‌ها و قسمتی از حمام چیزی باقی نمانده است.

گویش مرسوم در این شهرستان گیلکی یا زبان بازمانده ایرانیان قدیم (پارسی میانه) است که دیرتر از سایر زبان‌ها تحت تأثیر زبان‌های دیگر چون عربی، مغولی و تاتاری قرار گرفته است.

این شهرستان زادگاه علمای بزرگی چون عالم ربانی آیت الله کوهستانی و شهید انقلاب اسلامی، عبدالکریم هاشمی نژاد (وی در عملیات تروریستی منافقین در سال ۶۱ در مشهد به شهادت رسید) و علمای برجسته دیگر بوده است.

شهرستان بهشهر کارگری و نیمه صنعتی بوده و کشاورزی نیز در آن از رونق خاصی برخوردار است در این شهر پنبه، گندم، جو، برنج و ... کشت می‌شود و از مرکبات نیز پرتقال، نارنگی، انار، انجیر، آلوچه، سیب، آلبالو، گیلاس، گلابی، لیمو، نارنج، انگور، ازگیل، گردو و ... به عمل می‌آید.

از جمله مراکز و واحدهای صنعتی این شهر می‌توان به اسکله نفتی، کارخانجات چیت سازی، پنبه پاک کنی، توسعه صنایع بهشهر (بهپاک)، نئوپان، لیتتر پاک و ... اشاره کرد.

همچنین بندر استراتژیک امیرآباد که بزرگترین بندر تجاری شمال کشور می‌باشد در سواحل این شهرستان واقع شده است.

بهشهر دارای مراکز دانشگاهی نیز می‌باشد که دانشگاه پیام نور و علم و صنعت ایران - واحد بهشهر از آن جمله‌اند. دانشگاه آزاد اسلامی نیز واحدی در این شهر تأسیس کرده است.

این شهر که دارای مراکز منحصر به فردی می‌باشد از زیباترین شهرهای کشور محسوب می‌شود که می‌تواند توریست‌های زیادی را به طرف خود بکشد. از جمله نقاط دیدنی بهشهر می‌توان به سواحل زیبای دریاچه خزر، خلیج گرگان (قسمت اعظم آن در حریم بهشهر واقع است)، شبه جزیره میانکاله، دامنه رشته کوه‌های سرسبز البرز، آبشار سنگ نو و ده‌ها چشمه کوهستانی با مناظری زیبا و دل‌انگیز و ... اشاره نمود.

شهرستان بهشهر به علت برخوردار بودن از موقعیت جغرافیای ممتاز و نقاط منحصر به فرد زیبا، دارای زمینه مستعد برای تبدیل شدن به منطقه توریستی است به همین جهت چشم‌انداز آینده این شهر تاریخی رشد توریستی و جدید شدن بافت شهری آن می‌باشد که انتظار می‌رود توریست‌های زیادی را به خود جذب نماید و نمای ظاهری آن در آینده نه چندان دور متحول شود.

گزارش از شخص و اشیا

این قبیل گزارش‌ها بیشتر درباره شخص یا اشخاص معروف و سرشناس و افرادی که مورد توجه عموم یا اکثر مردم هستند و یا اشیایی که با ارزش هستند، تهیه می‌شود.

همچنین کسانی که مردم نیاز به شناخت بیشتر با آنان دارند سوژه موضوع این گزارش می‌شوند.

حتی بعضی مواقع افراد گمنام و غیر مشهور که شخصیت، زندگی، کار و خصوصیات بارز دارند و خواندن داستان زندگی آنها برای مخاطبان جاذبه دارد می‌توانند موضوع جالبی برای گزارش باشند. در این نوع گزارش اطلاعات باید با توصیف و فضا سازی و زبانی ادبی بیان شود.

تهیه گزارش از مقامات سیاسی، شاعران، نویسندگان، هنرمندان، شخصیت‌های علمی و فرهنگی، صاحبان برخی از حرفه‌ها و مشاغل منحصر به فرد، مخترعان، محققان و ... از موارد تهیه این نوع گزارش هستند.

در مواردی نیز گزارش از یک کارگر ساده و ابتدایی و انعکاس وضعیت زندگی و شغلی او، می‌تواند گزارش جالبی را خلق نماید.

گزارش از اشیا نیز در مواردی می‌تواند مورد استقبال مخاطبان قرار گیرد. این نوع گزارش می‌تواند از یک سنگ آسمانی، درخت کهنسال، کوزه باستانی، سکه عهد باستان، ابزار شکار انسان‌های نخستین و ... باشد.

مثال:

پدر ارتباطات ایران

عقربه‌های عجل ساعت روی دیوار، لحظه‌ای روی زمان ۱۵ و ۳۰ دقیقه آرام می‌گیرند تا نوای خسته نباشید از لبان خاموش دانشجویان کارشناسی ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، ختم کلاس را اعلام کند.

نگاه استاد را در بدرقه دانشجویان ناتمام می‌گذارم و با یک احوالپرسی گرم، قرار مصاحبه را با او یادآوری می‌کنم. وعده گفت و گو را به خاطر دارد و می‌گوید: لطف کنید سؤال‌هایتان را بپرسید.

مرد شیک‌پوشی که با موهای یک‌دست سپید و قاری دو چندان یافته، از او خواهش می‌کنم پس از تدریس اندکی تجدید قوا کند. مهربانانه می‌گوید: نه خسته نیستم.

سؤال نخست را می‌پرسم و مطمئن از اینکه ضیاط صوت خبرنگاری سالم است، با خود می‌گویم این مرد خستگی‌ناپذیر است. اگر چنین نبود چگونه می‌توانست رنج و مرارت‌های ناشی از تأسیس نخستین دانشکده روزنامه‌نگاری کشور را تحمل کند و مفتخر به شهرت «پدر علوم ارتباطات» در ایران شود؟ «پدر»... خوانندگان مطبوعات، روزنامه‌نگاران و تحصیل‌کردگان روابط عمومی خوب می‌دانند، پدر بودن آسان نیست، شرط دارد، تاب و توان می‌خواهد، ملامت از لحظه‌های ایستادن و نشکستن است. دست و دلی می‌خواهد به وسعت عشق.

برای پدر بودن باید که حقی برگردن فرزندان داشت و این حق در رشته علوم ارتباطات در ایران از آن کسی نیست، جز استاد ممتاز، دکتر معتمدنژاد. وی در معرفی خود، می‌گوید:

«... بیرجند، سال ۱۳۱۳، در خانواده‌ای متولد شدم که پدرم دبیر و مدیر دبیرستان بود و سایر اعضای خانواده نیز عهده‌دار شغل‌های فرهنگی بودند، مشتاقانه دوران ابتدایی و قسمتی از دبیرستان را در بیرجند گذراندم، اما دیپلم متوسطه را از دبیرستان مروی تهران گرفتم.

سپس دانشگاه تهران را برای ادامه تحصیل در رشته حقوق و علوم سیاسی برگزیدم. ولی پیش از اینکه اینجا را با مدرک کارشناسی و دکترای حقوق ترک کنم، با مدیر وقت روزنامه کیهان که استاد ما بود، رابطه‌ای عمیق برقرار کردم، به این ترتیب وقتی او از دانشجویان دوره دکترا برای همکاری در کیهان دعوت کرد، من از جمله کسانی بودم که این فرصت را غنیمت شمرده و به محیط روزنامه وارد شدم. دیری نپایید که از مترجمی زبان فرانسه به مسؤلیت گروه خارجی و مقالات در سال ۳۶ تا ۴۰ ارتقا یافتم، شوق و علاقه من به روزنامه‌نگاری و نیاز کیهان به روزنامه‌نگاران تحصیلکرده در بورسیه‌ای خلاصه شد که کیهان از دولت فرانسه برای من گرفت. پس از آن خودم را در دانشگاه «سوربن» پاریس دیدم و

در آنجا دکترای حقوق و علوم سیاسی و دکترای روزنامه‌نگاری را به پرونده علمی‌ام ضمیمه کردم.

البته همزمان با تحصیل در سوربن، در دو مدرسه روزنامه‌نگاری نیز دانش می‌آموختم، یکی از این مدارس با کمک مدیران مطبوعات، خبرگزاری‌ها و سندیکاها روزنامه‌نگاری تأسیس شده و دیگری مرکز آموزش عالی یونسکو در دانشگاه استراسبورگ بود که دیپلم مدرسی روزنامه‌نگاری را به من عطا کرد. اکنون دکتر معتمدنژاد تحصیلات خود را در فرانسه تکمیل کرده و می‌خواهد به ایران برگردد، اما پیش از این بازگشت از او می‌خواهم به روزهایی که در روزنامه کیهان کار می‌کرد نقب بزند و از خاطرات چهار سال دبیری در گروه خارجی و مقالات بگوید.

«فیدل کاسترو در سرزمین نیشکر پیروز شده بود و ما هر روز اخبار کوبا را چاپ می‌کردیم، اما مدیر روزنامه مدام ایراد می‌گرفت که وقتی مردم نمی‌دانند «فیدل» کیست و «کوبا» کجاست چرا چنین مطلبی را منتشر می‌کنید؟ من هم در جواب می‌گفتم: مطمئن باشید به زودی خواهند شناخت! همچنین مجموعه مقالاتی از «ژان پل سارتر» در مورد توجه بسیاری از علاقه‌مندان قرار گرفته بود... در حالی که جو اختناق در ایران حاکم بود، پاتریس لوموبا نخستین وزیر کنگو کشته شد. بنابراین سلسله مقالات «لوموبا، پیامبر سیاه» را منتشر کردم که خیلی مورد تحسین قرار گرفت.

شوروی در اکتبر ۱۹۷۵ «اسپوتنیک» را به فضا پرتاب کرد، روزنامه‌ها سعی می‌کردند که کوشش‌های شوروی را در مقابل آمریکا خنثی جلوه دهند، ولی کیهان که سعی در جلب توجه گروه‌های مستقل چپ جامعه داشت، این خبر را برجسته کرد.

به این ترتیب در حالی که روزنامه را آماده چاپ می‌کردیم. سروکله مأمور سانسور رژیم یعنی «محرملی خان» معروف، پیدا و مانع انتشار کیهان شد... بسیاری از اوقات که اخبار و عکس‌های مربوط به تظاهرات ملل دنیا علیه آمریکا را چاپ می‌کردیم، از سازمان اطلاعات و امنیت کشور تلفن می‌زدند و تهدیدمان می‌کردند یا می‌آمدند و ما را با خود می‌بردند تا طعم یک بازداشت موقت را بچشیم»

پس از بیان تلخ و شیرینی‌های حرفه روزنامه‌نگاری به سال ۱۳۴۳ می‌رسیم، حالا هواپیمای «ایرفرانس» در فرودگاه مهرآباد فرود می‌آید و مسافر ما در حالی پا

به خاک وطن می‌گذارد، که اندیشه تأسیس نخستین دانشکده روزنامه‌نگاری در ایران، او را لحظه‌ای آرام نمی‌گذارد، دکتر معتمدنژاد می‌خواهد قلم تجربی را دانشگاهی کند. او در این خصوص می‌گوید:

«سرانجام مؤسسه کیهان، پیشنهاد مرا مبنی بر تشکیل نخستین دانشکده روزنامه‌نگاری پذیرفت، بنابراین برای یک دوره عالی روزنامه‌نگاری، مسابقه ورودی ترتیب دادیم که از میان ۶۰۰ داوطلب دیپلم و کارشناسی ۲۵ نفر انتخاب شدند. این دوره دو ساله که پایان یافت. مؤسسه کیهان را برای اخذ امتیاز رسمی تأسیس دانشکده روزنامه‌نگاری از دولت تشویق کردم و آنها نیز موافقت کردند.

به همین دلیل در نبود وزارت فرهنگ و آموزش عالی، تقاضایی به شورای مرکزی دانشگاه‌ها که تحت نظر وزارت آموزش و پرورش بود ارایه کردیم، شورا با تقاضای ما موافقت کرد، اما چون رییس دانشگاه تهران، عضو شورا بود و تصمیم داشت برای مقابله با کوشش کیهان، دانشکده روزنامه‌نگاری دایر کند، بر رای نهایی اعضا تأثیر منفی گذاشت و شورای مرکزی، اسم دانشکده را تصویب نکرد و قرار شد آن را به نام «مؤسسه عالی مطبوعات و روابط عمومی» دایر کنیم، ما نیز قبول کردیم و در این مؤسسه رشته‌های روزنامه‌نگاری، روابط عمومی و تبلیغات، فیلمبرداری، عکاسی و مدیریت را گنجانیدیم، با این حال برای اعاده حق اصلی دست از تلاش برنداشتیم و در سال ۱۳۵۰ یعنی زمانی که نخستین فارغ‌التحصیلان در بجنوبه اخذ دانشنامه بودند، اسم مؤسسه عالی مطبوعات و روابط عمومی را به دانشگاه «علوم ارتباطات اجتماعی» تبدیل کردیم.

پس از این، از دانشجویان حقوق دانشگاه تهران استعفا دادم و در دانشکده علوم ارتباطات به صورت تمام‌وقت و در کسوت تدریس و معاونت رییس دانشگاه، مشغول کار شدم.

از سال ۵۶ تا ۵۹ ریاست دانشکده را پذیرفتم، اما سال ۵۹ به سبب ادغام دانشگاه‌ها و مؤسسات خصوصی در واحدهای عمومی دولتی، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی جزء مجتمع دانشگاهی ادبیات و علوم انسانی قرار گرفت، آن وقت بود که از ریاست دانشکده استعفا دادم، هرچند که سال ۶۸ دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، به دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی تغییر نام یافت.

انقلاب فرهنگی، دو سال دانشکده علوم ارتباطات را تعطیل کرد و پس از بازگشایی در سال ۶۲ تنها به عنوان یک گزارش کوچک ۳۸ واحدی از رشته علوم اجتماعی مورد قبول قرار گرفت.»

در آن سالها، دکتر معتمدنژاد، نه در ایران، بلکه در دانشگاه‌های «پاریس یک و دو» به عنوان استاد میهمان به تدریس حقوق ارتباطات، ارتباطات بین‌المللی، ارتباطات در جهان و ارتباطات توسعه مشغول بود.

سال ۶۸ یاد میهن اسلامی، دکتر کاظم معتمدنژاد را دلتنگ کرد و او برای آغاز فصل نو به ایران بازگشت.

«در سال‌های حضور در فرانسه، کوشش‌هایم برای احیای مجدد رشته علوم ارتباطات ادامه داشت. بنابراین پس از بازگشت در سال ۶۸ این رشته را در مقطع کارشناسی و کارشناسی‌ارشد با دو گرایش روزنامه‌نگاری و روابط عمومی تأسیس کردیم. هفت سال پس از این تاریخ، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، استدلال‌ها را مبنی بر گشایش دوره دکترای علوم ارتباطات پذیرفت و بدین‌گونه در سال ۷۵ به یک آرزوی بزرگ دست یافتیم.»

این پایان آرمان‌های علمی دکتر معتمدنژاد نیست. بلکه حضور او در کنفرانس‌های منطقه‌ای و نشست‌های سازمان علمی و فرهنگی یونسکو، همکاری در تشکیل کمیته ملی ارتباطات و ارایه طرح تشکیل مرکز مطالعات و تحقیقات ارتباطات در آسیای میانه به مرکزیت ایران، مؤید پی‌گیری‌هایش برای سرعت دادن به حرکت کند ایران در قافله شتابان ارتباطات دنیاست.

وی هم اکنون علاوه بر سرپرستی رسانه‌های دکترا در دانشگاه‌های پاریس یک و دو، بخش مهمی از آموزش و پژوهش را در دانشگاه علامه طباطبایی بر عهده دارد و از این رو در سال ۱۳۷۵ به عنوان یکی از استادان نمونه کشور شناخته شد. اما هرگز این موضوع را نقطه عطف زندگی خود نمی‌داند.

«خودم را یک معلم می‌دانم نه کسی که شرایط یک استاد نمونه را داراست در واقع هیچکدام از فرم‌هایی را که لازمه گزینش استاد نمونه است تکمیل نکردم و این همکاران دانشگاهی من بودند که آن اوراق را پر کردند و فرستادند.

درست است که «وسایل ارتباط جمعی»، «روش تحقیق در محتوای مطبوعات» و «روزنامه‌نگاری» سه کتاب منتشر شده دکتر کاظم معتمد نژاد است، اما آثار و طرح‌های در دست انتظار او چند برابر این رقم است، از جمله، فرهنگ ده‌هزار واژه‌ای علوم ارتباطات به زبان‌های فارسی، فرانسه و انگلیسی، مبانی حقوق آزادی

مطبوعات، اصول حقوقی تبلیغات بازرگانی، شرایط استقلال اقتصادی مطبوعات، فن‌آوری‌های نوین ارتباطی (۲ جلد)، حقوق و ارتباطات بین‌المللی، ارتباطات در جهان سوم و نظریه‌های انتقادی ارتباطات.

اگر دکتر کاظم معتمدنژاد، آسمان پرستاره تحقیق و تفحص را با دنیای بی‌روح میز و ریاست عوض می‌کرد، به طور یقین سهم او از دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، بیشتر از اتاق ۲×۲ متری استادان بود.

مثال:

چهره‌های ماندگار در تاریخ انقلاب اسلامی

سیدمجتبی نواب صفوی در سال ۱۳۰۳ در محله خانی‌آباد تهران در یک خانواده متدین و مذهبی دیده به جهان گشود و سنین کودکی را در همان محل سپری کرد و دوران تحصیل ابتدایی خود را در دبستان « حکیم نظامی » گذرانید، سپس وارد دبیرستان « صنعتی » گردید.

او برای تکمیل تحصیلات و طی مدارج بالاتر، بار سفر بست و از طریق اهواز و آبادان به بصره عزیمت کرد و از آنجا عازم نجف اشرف شد. نواب صفوی در نجف به زبان عربی مسلط شد و با رفتار گرم و خوش خلقی در اندک زمانی دوستان و علاقه‌مندان زیادی پیدا کرد.

وی مراحل عالی درس دینی را در نجف گذرانید. دیری نگذشت که به روحانی برجسته‌ای تبدیل شد. روزی کتاب کسروی (نویسنده و تاریخ‌نگار ضد دین) به دستش رسید که مطالعه آن کتاب او را بشدت عصبانی کرد و واکنش شدید او را برانگیخت.

به دنبال واکنش نواب ، طلاب نجف نیز واکنش شدیدی از خود نشان دادند. مدتی بعد علمای نجف وی را به عنوان نماینده آن حوزه به ایران عازم کردند. در ابتدا بنا بود او با مأموریت از طرف حوزه نجف در ایران با تغییر افکار منحرف شده جوانان، بساط دین ستیزی کسروی را بر هم بریزد. ولی به دلایلی این موضوع عملی نشد و نواب صفوی از طریق بصره به طور عادی وارد ایران شد. هزینه سفرنواب توسط یکی از فضلالی نجف که حدود ۱۳ دینار بود پرداخت گردید.

نواب صفوی پس از آمدن به ایران در سال ۱۳۲۴ جمعیت فداییان اسلام را پایه‌گذاری کرد و ۱۴ اسفند ۱۳۲۴ با صدور اولین اطلاعیه با عنوان «دین و انتقام» اعلام موجودیت کرد. ۱۰ روز پس از موجودیت در ۲۴ اسفند ۱۳۲۴ در جلسه محاکمه دادگاه کسروی که در پی اعتراض گسترده مردم در واکنش به اهانت‌های او به دین، صورت گرفته بود، کسروی ترور شد و از پای درآمد. کسروی یک بار پیش از این در ۲۴ اردیبهشت ۱۳۲۴ توسط شخص نواب صفوی در چهار راه حشمت الدوله با دو گلوله مورد اصابت قرار گرفت، اما از این ترور، جان سالم به در برد و نواب صفوی دستگیر شد. با دستگیری نواب صفوی جمعیت فداییان اسلام، حکم اعدام انقلابی کسروی را به عهده گرفت. کسروی به پیامبر اسلام (ص) و ائمه (ع) توهین کرده و قرآن و مفاتیح‌الجنان را آتش زده بود. که سرانجام توسط فداییان اسلام به هلاکت رسید.

جمعیت فداییان اسلام هدفشان اجرای احکام اسلام بود و آرمان ایجاد «حکومت اسلامی» را در سر داشتند. عمده‌ترین فعالیت این جمعیت، ترور انقلابی اشخاص مخالف اسلام و ضد دین، بود.

نواب صفوی به عنوان رهبر جمعیت فداییان اسلام، در طول زندگی خود به همراه دوستانش مجاهدت‌های زیادی از خود به خرج داد.

فداییان اسلام در ۱۳ آبان ۱۳۲۸ هژیر، نخست وزیر وقت که متهم به بی دینی و تقلب در انتخابات بود را، ترور کرد.

۱۶ اسفند ۱۳۲۹ رزم‌آرا دومین نخست وزیری بود که ترور شد. وی دست نشانده انگلیس در ایران و مخالف اصلی ملی شدن صنعت نفت بود و با جمله معروف و تحقیر آمیز «ایرانی لیاقت لوله‌نگ ساختن را ندارد» موجی از مخالفت مردم، از جمله واکنش شدید جمعیت فداییان اسلام را برانگیخته بود.

در سال ۱۳۳۰، نواب ۳۵ روز پس از تشکیل دولت مصدق دستگیر شد و به زندان قصر انتقال یافت. اما مدتی بعد آزاد شد.

سرانجام نواب صفوی، (۲۷ دی ۱۳۳۴) دستگیر و در سحرگاه یک روز تلخ تاریخی و ماندگار، به جرم تلاش برای برقراری حکومت اسلامی، توسط حکومت دست نشانده اعدام شد و با بدنی مجروح و خسته به سوی دیار باقی و ملاقات پروردگار شتافت.

گزارش سفر

بسیاری از خبرنگاران در جریان سفرهای حرفه‌ای یا غیر حرفه‌ای خود به یافته‌ها و دستاوردها و نکات با اهمیتی دست می‌یابند که بیان هنرمندانه و عالمانه آنها می‌تواند برای مخاطبان جالب و خواندنی باشد.

البته بسیاری از موارد گزارش سفر با گزارش از مکان اشتراک پیدا می‌کند. اما وجه تمایز این است که گزارش سفر حول محور رویداد می‌گردد و توصیف مکان برای تجسم بخشی و عینیت دادن به رویداد است و ترتیب وقوع حادثه بر اساس سبک تاریخی و به ترتیب وقوع رویداد و مشاهدات عینی گزارشگر می‌باشد.

همچنین در گزارش سفر گزارشگر چندان آزاد نیست که تمام گزارش را از خود توصیف، تشریح و جهت دهی کند، بلکه محور گزارش رویداد و مشاهدات گزارشگر است. بنابراین میزان دخالت نظرات و سلیقه‌های شخصی در گزارش از سفر کم است.

مثال:

سفرنامه

با توجه به سفر جمعی از دانشجویان صنایع دستی و برگزاری نمایشگاه در سال ۷۹ و استقبال خوب دانشجویان دمشق، در سال ۸۰، بسیج دانشجویی دانشگاه هنر، سفری با اهداف گسترده‌تر، در زمینه مبادلات فرهنگی و هنری بین دانشجویان، اعتلای مسایل علمی آنان و زیارت مقابر متبرکه اهل بیت (ع) و برپایی نمایشگاه در سوریه و لبنان برنامه‌ریزی و برگزار کرد.

سال‌های دل طلب جام‌جم از ما می‌کرد

آنچه خود داشت ز بیگانه تمنا می‌کرد

مگر نه این است که از ازل، در دل، عشق حسین (ع) و خاندانش را به ودیعه

نهاده‌اند و شیعه هر کجا که باشد با یاد او می‌زید و می‌میرد؟

با شور و یاد حسینی راهی را در پیش گرفتیم که اول کلام آن عشق بود و آخر آن نیز عشق و خداوند بر ما جمعی از دانشجویان دانشگاه هنر منت نهاد و ما را زایران آن خوبان نمود.

بیستم مرداد - آغاز سفر؛

رأس ساعت ۸ شب با قطار تهران - دمشق قدم در این راه نهادیم. مسیر حرکت ما از تهران به سمت مرز رازی و آخرین ایستگاه در خاک کشور، شهر سلماس بود.

بیست و یکم - ورود به ترکیه؛

وارد خاک ترکیه شدیم و طبق برنامه با کشتی از دریاچه وان گذشتیم و بقیه مسیر را با قطار سوری ادامه دادیم.

بیست و سوم - زیارت حضرت زینب(س)؛

ساعت ۳ بعد از ظهر وارد دمشق شدیم، با ورود به دمشق همه دل‌ها روانه آن بارگاه ملکوتی و خاستگاه دل‌ها، حرم حضرت زینب(س) شد و آن بانوی عزیز، این همه انتظار ما را با دعوت به حرم شریفشان پاسخ دادند. با شور و احساسی خاص، وارد آن بارگاه شریف شدیم، باور کردنی نبود که انتظار به پایان رسیده باشد و ما به دیدار آن بانوی مهربان، آن پرچمدار رسالت حسین(ع) و آن شوریده حسین(ع) نایل شده باشیم. هر کدام از بچه‌ها، آهسته آهسته نزدیک در ورودی صحن می‌شدند و زیرلب با آن مهربان نجوا می‌کردند.

قطرات اشک بین ما و آن بانوی کربلا پلی شد. به قول آن بزرگ «مگر نه عشق تنها با اشک سخن می‌گوید؟» با قدم نهادن به حرم مطهر قلب‌ها ناگه ایستاد و زمانی که دستمان ضریح مبارکش را لمس کرد قلبمان شروع به تپیدن نمود که تپش قلب‌ها چون او با یاد و عشق مولایش حسین(ع) است. حال و هوای عجیبی داشتیم که هیچگاه نمی‌توانم آن را وصف کنم. ما آماده بودیم که درد دل‌های او را بشنویم، اما مثل همیشه او با مهربانی به درد دل‌های ما گوش کرد و آن زمان بود، که همه با هم این کلمات را در ذهنمان مرور کردیم.

ای زینب، ای خواهری که قافله‌سالار اسیرانی، ما را نیز در پی این قافله با خود ببر! وای زینب! ای رسالت حسین بردوش! ای که از کربلا می‌آیی و پیام شهیدان را در میان هیاهوی همیشگی قداره بندان و جلادان، همچنان به گوش تاریخ می‌رسانی! دمی به ما گوش کن، تا مصائب خویش را با تو بگوییم. ای زینب، با ما حرف بزن! مگو که بر شما چه گذشت. مگو که در آن صحرای سرخ چه دیدی! و مگو که در آن جا بر شما چه رفت! اما بگو، بگو که ما چه کنیم؟ و لحظه‌ای بنگر که ما چه می‌کشیم؟ و تو ای زینب!

این تو هستی که باید بر ما بگویی که ما جا ماندگان کاروان سرخیم.

پس از زیارت با دوندگی بسیار دوستان دست‌اندرکار، محلی برای اقامت گروه در حومه دمشق (زینبیه) در نظر گرفته شد، که در همانجا مستقر شدیم.

بیست و چهارم - زیارت حضرت رقیه(س)؛

برای نماز صبح با گروه، عازم حرم مطهر حضرت رقیه(س) شدیم. آن یادگار حسین(ع)، که بوی کربلا را برایشان می‌داد. با یاد خستگی‌های او و رنج‌های بی‌پایانش خواب را از چشمانمان زدودیم و با عشقی بی‌منتها به سوی شتافتیم. هرگز از یاد نمی‌برم، وقتی به بارگاه کوچک و زیبایش رسیدیم. آرام به سوی ضریح کوچکش حرکت می‌کردیم و از او سخن می‌گفتم. ما آمده بودیم که با او سخن بگویم. ما آمده بودیم که به صحبت‌های شیرینش گوش دهیم. آمده بودیم گیسوان زیبایش را شانه کنیم. آمده بودیم تا خارهای بیابان را از پاهایش بزدایم. آمده بودیم، تا او از بابا برایشان بگوید. آمده بودیم...

نمی‌دانم بر من و دیگر دوستان چه گذشت! اما خوب می‌دانم که او با آغوش باز از ما پذیرایی کرد. حرم حضرت رقیه(س) را به قصد رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سوریه ترک کردیم و صبحانه را مهمان ایشان بودیم. رایزنی فضایی را در اختیارمان قرار داد. تا آثار هنری را در آنجا به معرض نمایش بگذاریم. برنامه دیگر ما در آن روز بازدید از موزه هنری دمشق بود. آثاری از دوره‌های مختلف هنری در این موزه به چشم می‌خورد. از تابلوهای موزاییک گرفته تا مجسمه‌های الهه‌ها و رب‌النوع‌های مختلف، قسمتی از موزه مختص هنرهای دستی و سنتی کشور سوریه بود که قرایب خاصی با آثار هنری ما نیز داشت. موزه هنرهای معاصر سوریه نیز در همان جا واقع شده بود. البته اصالتی که در آثار دیگر دیده می‌شد در آنها کمتر به چشم می‌خورد. فضای بیرونی موزه بسیار زیبا طراحی و اجرا شده بود و همچنین کنیسه یهودیان که به این مکان منتقل کرده بودند، یکی از جلوه‌های زیبای این موزه بود.

بیست و پنجم - بصری؛

حدود سه ساعت در راه بودیم تا به شهر تاریخی بصری برسیم. در آنجا آثار باستانی عظیمی به چشم می‌خورد که به جا مانده از دوران سلطنت رومیان در این کشور بود. آمفی تئاتری بزرگ با ستون‌های بلند و طاق‌های بسیار و سنگفرش‌های زیبا.

بیست و ششم - مسجد اموی؛

از مسجد اموی دیدن کردیم، شکل ظاهری این مسجد نشانگر تاریخچه قدیمی آن و مشخص کننده کلیسایی است که بعد از ورود مسلمانان به مسجدی تبدیل شده است. چهارضلعی، دارای طاق‌های مشبک و دیوارهای بلند، موزاییک کاری شده (با نقوش طبیعت و درختان) و حیاطی مفروش با سنگ مرمر.

بیست و هفتم - باب الصغیر؛

تعدادی از بچه‌ها به باب الصغیر رفتند (گورستانی قدیمی که قبور بلال حبشی، همسر پیامبر، و چندتن از اهل بیت امام حسین (ع) در آن قرار دارد) گفته می‌شود این مکان محل دفن رؤس مقدس امام حسین (ع)، حضرت ابوالفضل (ع) و حضرت علی (ع) است. عده‌ای از دوستان نمایشگاه را آماده می‌کردند.

بیست و هشتم - افتتاح نمایشگاه؛

ساعت ۶ بعد ظهر نمایشگاه افتتاح شد. این نمایشگاه شامل آثاری چون نقاشی - عکس (از مناظر ایران - راهپیمایی برای دفاع از انتفاضه - دفاع مقدس...) و کاریکاتورهای سی نفر از کاریکاتوریست‌های حرفه‌ای کشور و سه نفر از دانشجویان بود. در گوشه نمایشگاه گروهی از بچه‌ها خوشنویسی و نقاشی می‌کردند و یکی از قسمت‌هایی که بسیار مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفت تصاویری از راهپیمایی مردم ایران برای حمایت از انتفاضه بود، که در روزنامه البعث نیز منعکس شد. با خواست خدا بسیاری از هنرمندان، هنر دوستان سوری و مسلمان به بازدید نمایشگاه آمدند و ارتباط خوبی بین ما و دانشجویان و هنرمندان آن کشور برقرار شد و البته انعکاس خوبی هم در روزنامه‌ها و تلویزیون سوریه داشت.

سی‌ام - لبنان؛

برنامه بعدی ما سفر به کشور لبنان بود. کلیسای حرثیا در بیروت اولین محلی بود که از آن بازدید کردیم. محلی بسیار زیبا بالای کوهی بلند و مشرف بر دریای مدیترانه و شهر بیروت. بعد از آن در مراسم بزرگداشت فاطمه (س) که توسط ایرانیان مقیم لبنان برگزار شده بود شرکت کردیم.

یکم شهریور - دیدار با حزب...؛

به همراه چند تن از اعضای حزب... بیروت را به قصد جنوب لبنان، سرزمین مقاومت و پایداری، ترک کردیم بیروت همیشه آن جذبه معنوی خودش را دارد و به

دیگران منتقل می‌کند، درست مثل جنوب کشور خودمان. شاید این خصیصه انسان‌هایی باشد که روزی در آنجا نفس می‌کشیدند. محل شهادت بسیاری از مجاهدین حزب... را از فراز کوه به نظاره نشستیم و از زندان الخیام که توسط عملیات استشهادی محمد علی‌اشعر، آزاد شده بود، بازدید کردیم. به مرز لبنان و فلسطین نیز رفتیم و توانستیم گوشه‌ای از این سرزمین اهورایی را از پشت سیم‌های خاردار ببینیم که شهرک‌های اسرائیلی چون ابرهایی تیره بر آن سایه افکنده بودند و در آخر دیدار از گلزار شهدا و مزار شهید راغب‌الحرب.

ناهار را میهمان حزب... بودیم و بسیار خوش گذشت و گفت‌وگوهای صمیمانه‌ای که رد و بدل می‌شد، بیانگر پیوند عمیق انقلاب ما با انقلاب آنان بود. شب میهمان سفارت ایران در لبنان بودیم و معاون سیاسی سفارت در مورد وضعیت لبنان قبل از اشتغال او تا به حال صحبت کرد.

دوم شهریور - برگشت به سوریه؛

لبنان را به قصد سوریه ترک کردیم. ساعت ۷ به دمشق رسیدیم و برای وداع به حرم حضرت زینب(ع) و حضرت رقیه(ع) رفتیم. حالت خاصی در بچه‌ها دیده می‌شد. جدایی و خداحافظی با اسطوره‌های کربلا، با آن آشنایان قدیمی، گویی غیر ممکن بود. در آخرین لحظات در حرم حضرت رقیه(ع)، فضای معنوی زیبایی ایجاد شده بود. هر کس در گوشه‌ای راز و نیاز می‌کرد. با دنیایی از آرزو، قلب‌هایمان را به ضریح کوچکش گره زدیم و دل در گروه عشق آسمانی‌اش نهادیم به امید اینکه باز دنیای زیبای او را از دریچه چشمانمان ببینیم و درک کنیم.

سوم شهریور - وداع؛

با قطار، سوریه را به مقصد ایران ترک کردیم.

ششم شهریور - ورود به تهران؛

وارد تهران شدیم. بعد از ۱۷ روز سفر صمیمیت خاصی بین ما شکل گرفته بود که جدا شدن را سخت می‌کرد. به هر حال چاره‌ای نبود و باید از هم جدا می‌شدیم. با سختی لحظات جدایی از هم خداحافظی کردیم. و سفر ما به پایان رسید
سه نقطه - دانشگاه هنر تهران

تفاوت‌های سفرنامه و گزارش سفر

سفرنامه؛ نوعی گزارش است که تا حدودی به گزارش سفر شباهت دارد، اما داری ویژگی‌های خاص خود و دارای تفاوت‌هایی با سفرنامه می‌باشد که در ادامه آمده است.

۱- در سفرنامه گزارشگر جزئیات مشاهدات خود به رشته تحریر در می‌آورد و مشاهدات رویداد برای نوشتن افکار او محدودیتی ندارد. اما در گزارش سفر نویسنده به گزارش اجمالی از مشاهدات اکتفا می‌کند و چندان به جزئیات نمی‌پردازد.

۲- در سفر نامه نویسنده احساس و دیدگاه خود را در گزارش به مخاطب منتقل می‌کند و ممکن است متناسب با احساس و هیجان خود با رویداد، خیلی بیشتر از حد واقعی آن نگاه مثبت یا منفی داشته باشد. ولی در گزارش سفر گزارشگر بدون دخیل کردن احساسات و نظرات خود، فقط مشاهدات خود از رویداد به طور واقعی می‌نویسد.

۳- سفرنامه از نظر زمانی طولانی‌تر است و ممکن است نویسنده مدت‌ها در سفر باشد، اما گزارش سفر دارای مدت زمانی کوتاه و محدود است. مثال گزارش سفر اردوی هفت روزه بازدید از مناطق جنگی جنوب، گزارش سفر دانشجویی به حج و ...

۴- در سفر نامه آن چیزی که ملموس است نظرات و قدرت قلم و خلاقیت نویسنده با توجه به مشاهدات است که به صورت تشریحی تصویر پردازی، تجسم بخشی و معرفی می‌کند. اما در سفرنامه آنچه اصل است مشاهدات نویسنده است و نباید نظرات خود را دخیل کند.

۵- در سفر نامه رعایت زمان، تاریخ و ترتیب مکان زیاد الزامی نیست، اما در گزارش سفر باید نویسنده بر اساس سبک تاریخی و به ترتیب زمان و مکان مشاهده گزارش خود را بنویسد.

خاطره نویسی

خاطره نویسی در واقع نوشتن گزارش مشاهدات و تجربیات روزمره نویسنده است که به‌ویژه به وسیله شخصیت‌ها و افراد با نفوذ و مؤثر و کسانی که در برهه‌ای از تاریخ مصدر مشاغل حساس بوده‌اند یا در بطن رویدادها، تحولات و جریان‌های مهم و سرنوشت ساز قرار داشته‌اند صورت می‌گیرد و همیشه جاذبه‌های خاص خود را دارد چون بسیاری از واقعیات تاریخی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی فقط و فقط از این طریق، قابل انتشار و در نتیجه قابل دسترسی برای عموم خواهد بود. می‌توان خاطره نویسی را نوعی مقاله نویسی نیز دانست، زیرا که خاطره نویس، باید بی‌طرفانه و عاری از حب و بغض باشد تا واقعیت‌های اجتماعی و آنچه در محیط اتفاق می‌افتاد را به صورت واقعی، عینی و ملموس بنویسد. چون در بسیاری مواقع دیدگاه‌ها، تمایلات و عقاید شخصی نویسنده با نوشته او آمیخته می‌شود.

لذا نگاه بی‌طرفانه خاطرنویس به رویدادها، به صورت تعصب‌ها و گرایش‌های شخصی نویسنده در می‌آید و به‌جای واقعیت‌ها، نتیجه‌گیری دلخواه نویسنده در آن گنجانده می‌شود.

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، تا خاطرات شیرین دانشجویان که به طور عمده برای سایر دانشجویان به دلیل مجاورت فرهنگی خواندنی است، در آن گنجانده شود.

مثال:

مردم فراموش شده؟!!

در یک روز تابستانی از پیچ و خم جاده به همراه تعدادی از دوستان سوار بر یک مینی بوس در حرکت هستیم.

تکان‌های ناگهانی مینی بوس در جاده ناهموار، گه‌گاه مرا به خود می‌آورد و رشته‌ی رؤیا و خیالم را بر هم می‌ریزد و آنگاه نگاهی به اطرافیان می‌اندازم که آنها نیز هر کدام با حالتی در مینی بوس نشسته‌اند و به سوی چشم دوخته‌اند، سپس دوباره توجه من به بیرون جلب می‌شود. روستاهای پراکنده در مسیر که با فاصله‌ی زیاد نسبت به هم قرار دارند، تنوع بخش بیابان هستند و توجه رهگذران را به خود جلب می‌کنند.

در طول مسیر وقتی از روستاهای کوچک عبور می‌کنیم، نگاه ما به ساکنان ساده زیست و زحمتکش روستا که در حال کار و تلاش روزانه هستند، جلب می‌شود. آنها نیز در حین کار نیم نگاهی به سرنشینان مینی بوس رهگذر دارند. نگاه بی‌غل و غش و صادقانه‌ی روستاییان به مینی‌بوس، ما را بیشتر با روستاییان انس می‌دهد. راستش را بخواهید نمی‌دانیم که مقصد چگونه جایی است و چقدر با آن فاصله داریم اما می‌دانیم قرار است به همراه تعدادی از دانشجویان رشته‌ی پزشکی، پرستاری و فنی و مهندسی دانشگاه تهران به همت بسیج دانشجویی این دانشگاه برای طرح بسیج سازندگی به روستایی در اطراف شهریار برویم تا در حد توان به مشکلات آنجا رسیدگی شود و مشکلات آن روستا به مسئولان ذیربط انعکاس یابد. این کار به صورت آزمایشی برای اولین بار انجام می‌شود. تا در صورت موفقیت به صورت یک طرح به مسئولان جهت بررسی و تصویب، ارایه شود.

سرانجام بعد از حدود ۳ ساعت طی مسیر به روستای مورد نظر رسیدیم و وارد مدرسه‌ای در روستا شدیم. من به اتفاق آقای دکتر احمدی در یکی از اتاق‌های مدرسه که برای اسکان ما هماهنگ شده بود اسکان یافتیم محل اسکان ما کلاس درسی بود که میزهای آن را در گوشه اتاق جمع و موکتی کف آن پهن کرده بودند و چند پتو نیز در گوشه دیوار گذاشته بودند. بعد از رفتن به داخل اتاق، آقای دکتر احمدی بر خلاف ژست و لباس پلوخوری، با طبع خاکی خود، در گوشه‌ی اتاق نشست و در حالیکه به پتوها تکیه داده بود به اطراف نگاه می‌کرد.

من نیز برای تهیه خیر و ویژه نامه همراه گروه بودم. تا مشکلات موجود را برای انعکاس، به رشته تحریر در آورم.

روز دوم حضور ما در آن روستا بود که از پنجره‌ی اتاق به بیرون نگاه می‌کردم، متوجه شدم، مادری به همراه دختری حدود چهارده ساله وارد مدرسه شد و با سرایدار مدرسه صحبت می‌کرد. به نظر می‌رسید چیزی از سرایدار می‌پرسد و

آدرسی را می‌خواست سرایدار نیز در حالیکه انگشت اشاره خود را به طرف اتاق ما گرفته بود، نشانی اتاق ما را به او می‌داد.
لحظاتی بعد صدای تق تق در اتاق بلند شد. در را باز کردم.

- سلام؛

- سلام؛

- ببخشید آقا، آقای دکتر اینجاست.

- بله بفرمایید.

قیافه‌ی آن زن نشان می‌داد که زنی زحمت کش و رنج دیده است و قیافه‌ی درهم، شکسته و گرفته و صدای بغض آلود او حکایت از دردمندی آن زن روستایی داشت.

خوش خلقی و همدردی دکتر با آن زن روستایی باعث شد که شاید برای اولین بار کسی را بیابد که به درد دل‌های یک زن روستایی گوش می‌دهد. این بود که بغضی که تا مدت‌ها در گلویش سنگینی می‌کرد، ترکید و سفره دل خود را باز کرد. او از وضعیت اسف بار شوهرش و بیماری خود می‌گفت.

شنیدم که می‌گفت: « شوهرم کشاورز است چندی پیش هنگامی که در حال کار بر روی زمین کشاورزی بود، سنگی به چشم او برخورد کرد که باعث گردید که چشم او کور شود مدتی بعد آسیب دیدگی چشم او باعث شد تا چشم دیگر او نیز به علت عدم رعایت نکات بهداشتی و مراجعه به پزشک آسیب ببیند و در حال حاضر هر دو چشم او از کار افتاده و در منزل افتاده است.» آن زن ادامه داد: « دخترم نیز مدتی پیش دچار ناراحتی کلیه شد و براساس تشخیص پزشک شهریار یک کلیه او از کار افتاده و مدتی است که از بیماری کلیه دیگر نیز رنج می‌برد.»

آن زن با صدای حزن‌انگیز در حالیکه کم کم حالت گریه به خود می‌گرفت، ادامه داد: «دیروز شنیدم که دکتری برای معالجه رایگان بیماران به روستا می‌آید. برای همین پیش شما آمدم.» دخترش در طول صحبت مادر خود سکوت کرده بود و با قیافه‌ای دردمند و معصومانه سرخود را پایین انداخته و گاه گاهی نگاهی به مادرش و دکتر می‌انداخت و دوباره به زمین چشم می‌دوخت.

راستش را بخواهید به علت امکانات کم از آقای دکتر نیز کار چندانی ساخته نبود و فقط توانست مقداری دارو در اختیار آنها قرار دهد.

آن مادر و دختر لحظاتی بعد در حالیکه درمانی برای درد خود نیافته بودند، خداحافظی کرده و از اتاق خارج شدند. آنها رفتند، اما تأثر و تأسف برای من و آقای دکتر احمدی باقی ماند که در فاصله‌ی حدود ۱۵۰ کیلومتری پایتخت کشور اسلامی‌مان شاهد چنین واقعه‌ای باشیم و فریاد رسی نیز نباشد.

فکر می‌کردم هر چه سنگه برای پای لنگه. با خودم گفتم، به ظاهر برای شرایط موجود، چاره‌ای نیست، جز سوختن و ساختن و با مشکلات موجود کنار آمدن. چون نظیر این خانواده در روستاهای ما فراوان یافت می‌شود که رسیدگی به وضعیت رفاهی آنها نیاز به امکانات گسترده و زمان طولانی نیاز دارد و مهمتر از همه، عزم راسخ و درد آشنای همه مسؤولان کشور را برای حل مشکلات می‌طلبد.

گزارش علمی و تخصصی

این نوع گزارش به تشریح رویداد یا موضوع علمی در یک زمینه تخصصی خاص می‌پردازد. انعکاس این گزارش‌ها بعضی مواقع مفهوم تخصصی صرف دارند که در این صورت واژه‌ها و مفاهیم دارای مخاطبان ویژه هستند و کسانی که در زمینه آن رشته اطلاعات تخصصی دارند مخاطب آن گزارش هستند.

بعضی مواقع نیز این‌گونه گزارش‌ها حالت تخصصی برای عموم مخاطبان دارد. کافی است، مخاطبان اطلاعات جزئی از آن موضوع داشته باشند، با معنی کردن کلمات و جملات با استفاده از سبک تشریحی، توسط نویسنده، مخاطبان می‌توانند مفهوم و منظور کلی گزارش را دریابند و اصطلاحات در متن گزارش نسبت به حالت تخصصی صرف، حالت عام‌تر و ساده‌تری دارد.

در هر صورت گزارشگر در گزارش علمی باید آگاهی و شناخت لازم را نسبت به مباحث و مفاهیم علمی کسب نماید و تا حدودی مسلط باشد.

گزارش علمی و تخصصی با توجه به جاذب نبودن موضوع برای عموم مخاطبان در برقراری ارتباط با مخاطب دچار مشکل است.

لذا باید به گونه‌ای به موضع پرداخته شود که با مخاطب ارتباط بیابد به عنوان مثال در گزارشی که به یک موضوع علمی می‌پردازد باید در کنار بحث‌های علمی و تخصصی نقش و ارتباط آن با سایر رشته‌ها و مخاطبان نیز مطرح شود، تا حلقه مخاطبان گسترده‌تر شود.

گزارش علمی در نشریات دانشجویی نیز به صورت بررسی یک موضوع علمی و تخصصی در ارتباط با یک رشته یا یک گرایش تهیه می‌شود. که به طور عمده مخاطبان و خوانندگان آن، دانشجویان همان رشته هستند.

در این نوع گزارش لازم است نویسنده تا جایی که امکان دارد و به ساختار علمی گزارش خدشه وارد نمی‌کند از کلمات ساده استفاده کند، تا برای دانشجویان ترم پایین‌تر و دانشجویان رشته‌های دیگر که در یک گروه تحصیلی هستند، قابل استفاده باشد.

در غیر این صورت نویسنده اصطلاحات تخصصی و علمی به‌کار رفته در گزارش را برای خوانندگان معنی و تشریح کند، تا بدینوسیله حلقه مخاطبان و خوانندگان نشریه گسترده‌تر گردد و شامل دانشجویان بیشتری شود.

مثال: گزارش علمی و تخصصی عام:

دختران دانشجو مضطرب تر از پسران دانشجو هستند

نتایج یک پایان‌نامه نشان داد که میزان اضطراب دانشجویان دختر به طور معناداری بالاتر از میزان اضطراب دانشجویان پسر است بدین صورت که در همه ملاک‌های مقیاس اضطراب، دانشجویان دختر میانگین بیشتری نسبت به دانشجویان پسر احراز نمودند.

پایان‌نامه کارشناسی ارشد و روانشناسی عمومی یکی از دانشجویان، با عنوان بررسی رابطه بین مؤلفه‌های هیجان‌خواهی و اضطراب در دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه شهید بهشتی، آمده است، اضطراب دارای اساس روانی فیزیولوژیک است و همانطور که نیتزل و برن اشتاین (۱۹۸۱ به نقل از هوکز: ۱۹۸۸) اظهار کرده‌اند دارای ابعاد روانی و فیزیولوژیک است.

زاویه شناختی بر تجارب ذهنی و کلامی فرد اشاره دارد و چنانکه می‌دانیم تجارب شناختی ما متأثر از نقش‌های اجتماعی و جنسی است. بدون شک تأثیر ملاک‌های اجتماعی و جنسی و نقش آنها در وضعیت شناختی و روانی هر کس، امری واضح است که این مسأله در فرهنگ و وضعیت اجتماعی کشور ما به وضوح دیده می‌شود و می‌توان انتظار داشت که افراد و جنس مرد و زن، به لحاظ بعد روانی بیماری اضطراب با هم تفاوت داشته باشند. از جنبه فیزیولوژیک مؤلفه اضطراب می‌توان به تأثیر دستگاه‌های عصبی-غددی، دستگاه عصبی خود مختار، دستگاه شبکه‌ای، هسته‌های لوکوس، سرلئوس و غدد درون ریز اشاره کرد.

همانطور که می‌دانیم سطح هورمون‌ها و فعالیت غدد درون ریز در دو جنس مرد و زن با هم تفاوت دارد که این تفاوت تحت تأثیر عواملی مانند استرس‌های اجتماعی به دنبال آن تفاوت در کارکرد غدد و هورمون‌ها تحت تأثیر دستگاه عصبی مرکزی، قرار می‌گیرد.

این تغییرات فیزیولوژیکی در پدید آمدن اضطراب نقش اساسی دارند و با توجه به اختلاف‌های اشاره شده فوق، می‌توان اذعان داشت که تأثیر عامل فیزیولوژیک در دو جنس مرد و زن متفاوت است.

بر اساس نتایج علمی این گزارش، سطح هیجان خواهی دانشجویان پسر به طور معناداری بالاتر از سطح هیجان خواهی دانشجویان دختر است. با توجه به عوامل مؤثر بر هیجان خواهی می‌توان این تفاوت را ناشی از تفاوت در ساختار جسمی، فیزیولوژیکی، هورمونی و نقش‌های اجتماعی دانست.

در عرصه علمی ارایه گزارش واقعی و موفق به سطح اختراعات و ابتکارات، خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها و تلاش‌های موفق افراد، سازمان‌ها و بخش‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... وابسته است.

گزارش تصویری

گزارش تصویری جذاب‌ترین و جالب‌ترین نوع گزارش است. در این نوع گزارش اطلاعات و واقعیت‌ها از طریق تصویر واقعی رویداد به مخاطب انتقال می‌یابد. یک عکس به همراه یک لید کوتاه، در بعضی مواقع شرح رویداد را به گونه‌ای برای مخاطب بازگو می‌کند که با چندین سطر هم نمی‌توان به اندازه آن عکس شرح رویداد را برای خواننده مجسم کرد.

تصویری از تجمع دانشجویی، صحنه‌های مختلف جنگ‌ها، درگیری بین افراد، کمک‌رسانی، راهپیمایی، زلزله، مراسم مختلف، صحنه تصادف و ... می‌تواند موضوع قوی برای یک گزارش تصویری باشد.

البته عکس باید شرایط و ویژگی‌های لازم عکس خبری را برای گزارش داشته باشد. (در فصل خبر به آن اشاره شده است)

عکس خبری یا گزارش تصویری باید قدرت فضاسازی و تجسم فضای رویداد را به خواننده انتقال دهد به گونه‌ای که مخاطب خود را حاضر و ناظر بر وقوع رویداد حس کرده و به طور ملموس با واقعیت رویداد ارتباط برقرار کند.



غبار روبی مسجد مقدس جمکران

ویژگی‌های عکس گزارشی

۱- موضوع و ظرفیت تصویری مناسب را داشته باشد و با خواننده ارتباط برقرار کند. به گونه‌ای که خواننده با دیدن عکس در مورد آن عکس فکر کند. عکس از چهره افراد و اشخاص، تجمع و اعتصاب، شعار دادن دانشجویان معترض، بازدیدها، راهپیمایی‌ها، موضوعات خاص، حوادث و ...



۲- عکس باید گویا و جاندار باشد به طوری که حالت‌هایی را که گزارشگر با نوشتن توصیف می‌کند، عکس توصیف نماید و حالت خبری و هنری داشته باشد.



- ۳- گزارش تصویری باید از نقطه‌ای شروع شود و پس از سیر و حرکت لازم به نقطه‌ای سنجیده و دقیق ختم شده و ارتباط ضروری میان عکس‌ها از نظر القا و پیوستگی برقرار باشد و تناسب وحدت، انسجام و توصیف و تشریح رعایت شود.
- ۴- هر عکس باید شرح لازم را متناسب با محتوا و مضمون داشته باشد.



خلوت تفکر
یک سیاستمدار کهنه‌کار

سانحه هوایی فرودگاه
مشهد ۳۰ کشته بر
جای گذاشت،
خلبان مقصر بود.



میوه فروشان سیار
خوب یا بد؟

۵- در گزارش تصویری که چندین عکس در آن آورده می‌شود. یک عکس باید اصلی و محوری باشد که نقش لید را دارد و تصویر کلی از موضوع گزارش را ارائه می‌دهد. در واقع تصویر اصلی خواننده را به سوی مضمون گزارش راهنمایی و عکس‌های بعدی اشتیاق لازم را در خواننده برای تعقیب جزئیات گزارش به‌وجود می‌آورد.

گزارش تصویری از دیدار با رهبری



در یک اجتماع دانشجویی یا هر اجتماع دیگر، عکاس خبری ابتدا باید یک عکس با زاویه پشت سر سخنران، از کل شرکت کنندگان و تریبون بگیرد. به این شکل که، اگر کسی در حال سخنرانی پشت تریبون است، عکاس باید دوربین را طوری تنظیم کند که از پشت سر تریبون و رو به شرکت‌کنندگان عکس بگیرد که هم تصویر سخنران را به صورت نیم رخ از پشت سر، در تصویر داشته باشد و هم دانشجویان شرکت‌کننده در همین عکس به تصویر کشیده شوند. این

عکس می‌تواند نقش لیدر در گزارش تصویری را داشته باشد. برای به تصویر کشیدن جزئیات خبر و احساسات شرکت کنندگان، عکاس باید در جمع حاضران ریز شود تا جایی که با برداشت تصویر واضح از چهره شرکت کنندگان، حالت و احساس آنها را در آن مراسم به خوانندگان انتقال دهد. تصویر زیر دیدار رییس جمهور با مردم است.



همچنین خبرنگار با پیش‌بینی رویدادهای مختلف باید همیشه در موقعیت‌های مختلف آمادگی لازم را برای تهیه عکس و خبر به موقع داشته باشد تا چنانچه حوادث غیر منتظره، درگیری، تصادف و ... را مشاهده کرد بتواند از صحنه رویداد بهترین عکس و خبر را تهیه کند.



صحنه‌ای از یک رویداد که در آن، شخصی با درگیری شخص دیگر را مصدوم ساخته و گرفتن عکس از شخص مجروح شده، در حالیکه خون از سر او جاری و سر او باندپیچی گردید یک تصویر زنده خبری می‌باشد که موفقیتی برای عکاس است.



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

گزارش سافت نیوز^۲

شیوه جدیدی از گزارش نویسی است که نویسنده با استفاده از منابع مختلف و به کارگیری اطلاعات خود به صورت پراکنده در گزارش، سبک گزارش نویسی جدیدی خلق می‌کند که هم با سبک هرم وارونه و هم با سبک تاریخی، متفاوت است.

۱- مقاله گزارش مطبوعاتی حسین صدری‌نیا، مدرس دانشگاه

در این نوع گزارش، نویسنده گزارش خود را با استفاده از قلمی داستانی و شیوا به طور یکنواخت می‌نویسد و مطالب گزارش از تنوع و یکنواختی جالبی برخوردار است و همه جای گزارش برای خواننده جذاب و خواندنی است.

در این نوع گزارش، نویسنده با توجه به سیاست رسانه‌ای که برای آن می‌نویسد نظرات خود را اعمال می‌کند. به طوری که در پس گزارش هدفی را دنبال می‌نماید و با جذب مخاطب به خواندن متن گزارش بدون اینکه چندان ملموس باشد، تفکر و نظر خود را به خواننده القا می‌کند و او را به طرف نتیجه دلخواه خود سوق می‌دهد.

در این نوع گزارش نویسنده با ارایه آمار، مطالب مستند از منابع مختلف و به کار بردن اطلاعات جامع و نثری داستانی و جذاب اطمینان خواننده را جلب می‌کند. از این شیوه گزارش بیشتر روزنامه شرق استفاده می‌کند.

گزارش پیگیرانه و سلسله وار

به گزارش‌هایی که به دلیل گسترده‌گی موضوع بحث در یک شماره نمی‌توان آن را طرح و نتیجه‌گیری کرد و در چند شماره منتشر می‌شود، گزارش‌های سلسله‌وار می‌گویند.

گزارش سلسله‌وار در هر شماره به بخش خاصی از موضوع گزارش می‌پردازد.

گزارش آگهی (رپورتاژ آگهی)

گزارش‌هایی هستند که بعد تبلیغاتی داشته و برای معرفی کالا، خدمات و محصولات مؤسسات، شرکت‌ها، سازمان‌ها و... نوشته می‌شوند و نشریات در قبال این معرفی متناسب با تیراژ، مکان درج مبلغی دریافت می‌کنند.

چون این نوع گزارش جنبه تبلیغاتی دارد برای جلوگیری از متهم شدن رسانه و نویسنده به جانب داری، باید تبلیغی بودن گزارش برای مخاطب روشن شده و در صفحات مشخص و تعریف شده چاپ شود.

اخبار آبادانی و توسعه به صورت گزارش

این نوع خبرها بیشتر به صورت گزارش خبری انعکاس می یابند. نقش این نوع گزارش و موفقیت آن برای جذب مخاطب در مورد ارایه اخبار رویدادها در عرصه امور توسعه و ساخت و ساز، به میزان موفقیت در عمران و آبادانی بستگی دارد و گزارشگر نباید بزرگ نمایی کند، چون از جذابیت گزارش نزد مخاطب می کاهد. به طور معمول ارایه گزارش درباره اقدامات، فعالیت‌های عمرانی و گزارش عملکرد مسؤولان و مقامات دولتی و سازمانی، تا حدودی جنبه تبلیغاتی برای تثبیت موقعیت و مقام افراد دست‌اندرکار دارد.

لذا مقامات مسؤول و مجریان کار و یا روابط عمومی‌ها سعی می کنند کار مجموعه یا افراد سازمانی خود را برای خبرنگار بزرگ و مهم جلوه دهند و کارهای انجام شده یا در دست اقدام را خیلی بزرگ‌تر از حد واقعی آن جلوه دهند. این نوع گزارش‌ها به دلیل بزرگ‌نمایی و سرپوش گذاشتن بر ضعف‌ها، چندان مورد توجه مخاطبان نیست.

تشخیص میزان موفقیت افراد در این نوع خبرها به درایت و هوشمندی خبرنگار بستگی دارد و خبرنگار باید خبر را طوری تنظیم کند که نزدیک به واقعیت و متناسب با فعالیت انجام شده، بدون افراط و تفریط باشد.

بهتر است گزارش‌های خبری که جنبه اخبار توسعه و ساخت و ساز و عمرانی دارد، در رسانه‌های گروهی به شکل گزارش‌های خبری کوتاه با ذکر اطلاعات جزئی لازم با آمار و ارقام آورده شود تا واقعی‌تر شده و جاذبه لازم را برای خواننده پیدا کند. در این صورت امکان سوء استفاده و بهره‌گیری تبلیغاتی نیز به حداقل می‌رسد. در مقابل این گزارش‌ها تهیه گزارش‌های متنوع از نیازهای اساسی جامعه دانشگاهی و مخاطبان در زمینه‌های مختلف می‌تواند پرجاذبه‌ترین بخش یک نشریه دانشجویی باشد. این نوع گزارش در رشد اجتماعی بیشتر نیز، مؤثر است.

خوانندگان دانشگاهی خواسته‌ها و مشکلات خود را در نشریات دانشجویی جست‌وجو می‌کنند و با استفاده از دیدگاه‌ها، نظرات متعدد و مختلف از سوی کارشناسان، مسؤولان و ... درج شده در نشریات، ضمن کسب آگاهی از رویدادهای حوزه خود، از صحت و سقم اخبار نیز آگاه می‌شوند. بدین ترتیب سطح آگاهی اجتماعی خوانندگان بالا رفته و ذهن را متوجه واقعیت‌ها می‌سازد. همچنین مسؤولان و دست‌اندرکاران را موظف به پاسخگویی در مقابل مشکلات و حل آنها می‌نماید.

بنا براین نقش یک گزارش در ذهن خوانندگان در خصوص رویدادها می‌تواند تأثیرگذار باشد به همین دلیل خبرنگار و نویسنده باید واقع‌نگر باشد و شرط انصاف و اعتدال را سرلوحه کار قرار دهد و سعی کند که واقعیت‌های رویداد را با نگاه موشکافانه و جزئی آشکار سازد و از جانبداری و منفعت شخصی دوری کند. یک گزارشگر و خبرنگار خوب، باید آنچه واقعیت است بگوید، نه آنچه که خود می‌خواهد.

چگونه گزارش بنویسیم؟

باید توجه داشت یک گزارش خوب از جمع‌آوری اطلاعات کامل و متناسب با مقتضیات زمان مناسب با موضوع و استفاده از معلومات، قدرت تصویرپردازی، نویسندگی، خلاقیت و هنرگزارش‌نویسی شخصی، گزارشگر حاصل می‌شود.

هرچه گزارشگر فعالیت و تلاش جدی‌تر و دقیق‌تر برای مستندکردن گزارش داشته باشد، گزارش کامل و غنی‌تر می‌شود و مخاطبان بیشتری را به خود جذب خواهد کرد.

لذا یک گزارشگر باید با تحقیق، جدیت، خلاقیت و سرعت عمل خود، جزئیات موضوع را بیابد و مراحل مختلف تهیه گزارش را طی کند، تا سندیت، تأثیر و دامنه نفوذ گزارش بیشتر شود.

مراحل تهیه گزارش

۱ - تعیین یا انتخاب موضوع (سوژه پردازی)

موضوع گزارش در نشریات دانشجویی باید متناسب با مقتضیات زمان و بر اساس خواسته و میل مخاطبان و دوره انتشار نشریه به طور متغیر تنظیم شود. تعیین موضوع و سوژه مناسب در روزنامه‌ها، هفته نامه‌ها، دو هفته نامه‌ها، ماهنامه‌ها، فصل نامه‌ها و... متناسب با دوره و گستره توزیع آنها می‌باشد. در مطبوعات موضوع گزارش توسط سر دبیر یا دبیر سرویس تعیین، یا به پیشنهاد گزارشگر و تأیید سر دبیر انجام می‌شود. همچنین نوع و جایگاه و تخصصی یا عمومی بودن نشریه نیز در انتخاب موضوع تعیین کننده است. لذا موضوع انتخاب شده باید مخاطبان بیشتری را به خود جذب نماید.

یافتن سوژه مناسب یکی از معضلات اصلی نشریات دانشجویی است و به طور معمول، اکثر خبرنگاران نشریات دانشجویی درسوژه یابی دچار مشکل هستند. در حالیکه یک خبرنگار با تجربه و کارآموده می‌تواند در اطراف خود صدها سوژه مناسب را موضوع گزارش قرار دهد. بهترین راه برای سوژه‌یابی ارتباط با دانشجویان و آگاهی از مشکلات، نظرات و خبرهای آنها است.

همچنین می‌توان با استفاده از خبرها و مطالب نشریات دانشجویی دیگر، مجلات و روزنامه‌های موجود در جامعه، برنامه و گزارش‌های صدا و سیما، اجتماعات، همایش‌ها و نشست‌های دانشجویی، اطلاعیه‌های منتشر شده توسط دانشگاه و... برای سوژه‌یابی استفاده کرد.

با این وجود مهمترین و اصلی‌ترین عامل در سوژه‌یابی توانایی فردی، تجربه و شم خبرنگاری شخص گزارشگر است.

۲- تحقیق و مطالعه پیرامون موضوع گزارش

گزارشگر برای تهیه گزارش در مرحله اول باید گزارش را در ذهن خود پرورش دهد و جوانب، ابعاد و راه‌های تهیه یک گزارش خوب را بررسی کند سپس باید به بررسی، مطالعه و تحقیق بپردازد و پیرامون موضوع گزارش اطلاعات بیشتر به دست آورد تا شناخت اولیه نسبت به موضوع پیدا کند. این امر باعث می‌شود گزارشگر با سوابق و خصوصیات ویژه گزارش بیشتر آشنا شود و راه تهیه گزارش باز شود. هرچه در این راه تحقیقات بیشتری داشته باشد و اطلاعات بیشتری کسب کند تسلط گزارشگر بر موضوع گزارش بیشتر می‌شود و قادر خواهد بود یک گزارش خوب، جذاب و جامع تهیه کند. گزارشگر در این مرحله با جمع آوری و دسته بندی اطلاعات به دست آمده می‌تواند ساختار موضوع گزارش را به وجود آورد و برای کامل کردن آن منابع و اطلاعات جدید را پیگیری نماید. همچنین استفاده از عکس، نمودار، جدول، آمار، نظرسنجی، نظرات افراد مرتبط و ... متناسب با نوع گزارش اعتبار ویژه به گزارش می‌دهد لذا گزارشگر برای مطالعات بیشتر می‌تواند از منابع مختلف از جمله بایگانی نشریه، مطالعه پرونده‌ها، بایگانی رسانه‌ها، کتابخانه‌ها، مقالات ارایه شده در خصوص موضوع گزارش، اینترنت، مراکز علمی و تحقیقی و ... استفاده کند. چنانچه گزارشگر برای تهیه گزارش مراحل فوق را طی نکند در مراحل بعدی گزارش دچار مشکل خواهد شد و مهمتر آنکه پس از درج گزارش در نشریه، نشریات یا منابع قوی‌تر دیگری، که اطلاعات کامل‌تر دارند گزارش را زیر سؤال خواهند برد که به اعتبار نشریه لطمه وارد خواهد کرد.

۳- گفت‌وگو با دانشجویان، مخاطبان، کارشناسان و مسئولان

اکثر گزارش‌های تحقیقی - اجتماعی و بسیاری از گزارش‌های دیگر، باید به طور وسیعی از گفت‌وگو با دانشجویان و مخاطبان تغذیه شود.

لذا یک قسمت اصلی گزارش مخاطبان هستند به جز در موارد معدودی که مردم در آن زمینه، اطلاعی ندارند، یا موضوع به طور تخصصی مورد بررسی قرار می‌گیرد و صرف تخصصی بودن گزارش مد نظر است.

مزایای گفت‌وگو و نظرخواهی از مخاطبان برای گزارش؛

- ۱- مطبوعات را با مخاطبان پیوند می‌دهد و ارتباط بین مخاطبان و رسانه را بیشتر می‌کند
 - ۲- حقانیت و اصالت ویژه به گزارش می‌دهد.
 - ۳- گزارش را زنده و جالب توجه برای خواندن می‌کند.
 - ۴- نظرات، دیدگاه‌ها، فرهنگ و بینش هر شخص را نسبت به مسایل مختلف آشکار می‌کند که بیانگر نگرش آنها است.
 - ۵- مشکلات و مسایل را به اطلاع مسؤولان و مقامات مرتبط می‌رساند.
- پس از مخاطبان گزارشگر می‌تواند از کارشناسان، صاحب‌نظران و اهل فن نظر خواهی کند. زیرا در زمینه مسایل مختلف موضوع مورد گزارش بی‌طرف‌تر از مسؤولان هستند و بدون ملاحظات اداری، اظهار نظر می‌نمایند.
- گزارشگر درباره هر موضوع گزارش، باید با افراد مطلع و متخصص در آن زمینه گفت‌وگو کند و به طور علمی و تخصصی به نقد موضوع پرداخته و آن را مورد انتقاد قرار دهد.
- در این مورد گزارشگر می‌تواند با استفاده از نظرات کارشناسان راه حل منطقی، عملی و علمی ارایه نماید.
- گزارشگر نشریات دانشجویی در مرحله بعد باید به سراغ مسؤولان دانشگاه و خارج دانشگاه برود چرا که یک طرف گزارش مسؤولان هستند و مخاطبان علاقه‌مند هستند بدانند که مسؤولان درباره مشکلات، معضلات و خواسته‌های آنان چگونه فکر می‌کنند و چه نظر و تدبیری دارند.

گزارشگر می‌تواند در گفت‌وگو با مسؤولان بفهمد که مسؤول مربوط به موضوع گزارش، تا چه اندازه از مشکلات، مسایل و خواسته های مخاطبان اطلاع دارد و برای چاره‌جویی و حل مشکلات چه تدابیری اندیشیده است و با دستمایه قرار دادن نظرات کارشناسان از نقاط ضعف انتقاد نماید و پاسخ مسؤول یا مسؤولان ذیربط را دریابد.

بدین ترتیب جریان اجتماعی همواره پویا و فعال می‌ماند و تا حدود زیادی از فساد، انحراف و تک‌روی، جلوگیری شده و موجب می‌شود از استبداد فردی جلوگیری شود و شخص مسؤول در هر پستی که باشد، نسبت به وظیفه و عملکرد خود در مقابل افکار عمومی دانشجویان، خود را پاسخگو بداند.

۴- جمع آوری مطالب و تشکیل پرونده

گزارشگر باید همه مطالب، اطلاعات و مدارکی را که در مراحل مختلف فوق جمع آوری کرده دسته بندی و جمع بندی نماید و پرونده ای در رابطه با موضوع گزارش تشکیل دهد و با استفاده از آنها و رعایت اصول نگارش و خبر نویسی و خلاقیت خود، گزارش خود را به رشته تحریر درآورد.

البته باید کلیه مطالب جمع آوری شده پس از تنظیم گزارش، در آرشیو نشریه به عنوان سند و مدارک خبر بایگانی و نگهداری شود. این اسناد می‌تواند در گزارش‌های آینده مفید و مورد استفاده باشد و یا سابقه خبرهای آینده در زمینه‌های مرتبط باشد.

۵- نتیجه گیری

وقتی گزارشگر مدارک و اطلاعات لازم را برای تهیه گزارش به دست آورد و در متن گزارش خود به کار برد. در مرحله پایانی گزارش خود باید با بینش و درایت و فهم شخصی خود، احساس مسؤولیت، حفظ بی‌طرفی و رعایت انصاف و عدالت، نتیجه‌گیری نماید و مخاطب را در ارزیابی و نتیجه گیری همراه خود کند.

در واقع می توان گفت گزارشگر بعد از جمع آوری اطلاعات و مدارک و نتیجه گیری از آن، جایگاه قاضی را پیدا می کند و حکم محکومیت یا تبرئه جریان خبرساز را نزد افکار عمومی صادر می نماید.

البته باید توجه کرد مشاهدات و تجربیات گزارشگر نقش مهمی در نتیجه گیری درست و واقعی گزارش دارد.

نقش گزارشگر

نقش گزارشگر در تهیه، ساخت و پرداخت نمودن یک گزارش، بسیار مهم و پر اهمیت است. در واقع گزارشگر باید با هوشیاری، درایت و یافتن آگاهی لازم در عمق مسایل و موضوعات سوژه گزارش نفوذ و تفحص کند و باید به صراحت گفت، گزارشگر و خبرنگار یعنی زیاده خواه یعنی کسی که می خواهد از ریزترین و جزیی ترین، اجزای رویداد یا موضوع اطلاع پیدا کند و با استفاده از خلاقیت، قدرت تخیل، تصویر پردازی، ابتکار، توان روان نویسی و ساده نگاری و قدرت قلم خود، رویداد را به صورت گزارش به اطلاع مخاطبان خود برساند.

لذا یک گزارشگر باید ریز بین باشد و در عمق موضوع رویداد نفوذ کند و چنان به شرح واقع بپردازد، که مخاطب خود را ناظر بر رویداد تصور کند.

یک گزارشگر خوب باید با رعایت بی طرفی به تهیه گزارش بپردازد چرا که وی در واقع وظیفه بازگویی واقعیتها را بر عهده دارد.

همچنین باید از پیشداوری های شخصی و مغرضانه و اعمال سلیقه های فردی یا گروهی در گزارش خودداری نماید.

یک گزارشگر نشریات دانشجویی باید در بطن جامعه دانشگاهی باشد و ارتباط خود را با مخاطبان هرچه بیشتر تحکیم بخشد و با دانشجویان رشته ها و شهرهای مختلف رابطه برقرار نماید تا نیازها، مسایل، مشکلات، خواست ها و داوری های آنان را شناخته و با رعایت انصاف به رشته تحریر در آورد.

ویژگی‌هایی گزارشگر حرفه‌ای

- ۱- داشتن ذهن حساس و تأثیر پذیر؛
- ۲- داشتن شخصیت منسجم، مستحکم، شکل گرفته و نفوذ ناپذیر و در عین حال احترام برانگیز؛
- ۳- مرعوب و سرخورده نشدن و داشتن شهامت، جسارت و شجاعت؛
- ۴- تسلط کامل بر نثر و زبان و برخورداری از قدرت قلم و نویسندگی؛
- ۵- داشتن ذهن تحلیلیگر و نقاد؛
- ۶- قدرت تسلط بر خود و اعتماد به نفس، احساس مسؤلیت و پابندی به عدالت، انصاف و واقع بینی؛
- ۷- امانت داری، حفظ اسرار خصوصی دیگران، وفای به عهد و رعایت ملاحظات و مقتضیات حرفه‌ای؛
- ۸- داشتن قدرت انتخاب، حذف آگاهانه، قدرت درک، ربط، تلفیق، جمع بندی مطالب و نتیجه گیری منطقی و عادلانه؛
- ۹- نوآوری، خلاقیت و پرهیز از کلیشه گرایی و عوام زدگی در نثر، سبک و محتوا؛
- ۱۰- داشتن قدرت تفکر، اندیشه و ذهن باز؛
- ۱۱- داشتن ذهن تصویر پرداز و خلاق و داشتن ذوق سرشار برای توصیف و فضا سازی؛
- ۱۲- استفاده از قدرت تخیل و تصویر پردازی تا حدی که از واقعی بودن دور نشود.

لید نویسی در گزارش

لید نویسی در گزارش عکس مقدمه نویسی است. لید از اوج مطلب شروع می‌شود. اما مقدمه از دامنه به سوی قله رفتن است.

انواع لید در گزارش

- ۱- **لید استقرایی:** در این نوع لید، نویسنده از کنار هم گذاشتن جزئیات به ارایه تصویر کلی موضوع می‌پردازد.
- ۲- **لید قیاسی:** در این نوع لید، یک تصویر کلی و جامع و هنرمندانه از موضوع ارایه می‌شود سپس پنجره‌ای به روی موضوعات و مسایل جزیی تر گشوده می‌شود.

فصل چهارم

مقاله

مقاله نویسی

نگارش مقاله؛ هنر نوشتن اطلاعات، عقاید، اندیشه‌ها و افکار نویسنده در مورد موضوعات مختلف است و نویسندگان، متفکران و نخبگان به وسیله مقاله عقیده و اندیشه خویش را به دیگران منتقل می‌کنند.

در نشریات دانشجویی مقالات می‌توانند محلی آزاد برای ابراز احساس و عقیده دانشجویان باشند و عملکرد مسئولان را زیر ذره بین نقد بگیرند.

باید توجه داشت که در دانشگاه‌ها و در نشریات دانشجویی، به همه تفکرات، در چارچوب قانونی، اجازه ظهور و ابراز عقیده داده شود تا فضای فرهنگی و سیاسی دانشگاه حالت تعادل خود را حفظ نماید و منجر به فعالیت‌های زیرزمینی و پنهانی و عقده گشایی‌های زنده نشود.

به همین دلیل مقاله را اندیشه مکتوب نام نهاده‌اند.

مقاله را می‌توان نگارش و توسعه عقیده، فکر و نظر نویسنده، با استفاده از موضوع خبر و بهره‌گیری از روش‌های صحیح نویسندگی به همراه رعایت نظم منطقی و ایجاز دانست.

در گذشته بیشتر مقالات انشایی بودند، ولی امروزه مقالات مطبوعاتی جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. مقالات انشایی از ایجاز کمتری برخوردار هستند و چندان با عناصر خبری در ارتباط نیستند.

از جمله ویژگی‌های مقاله‌های مطبوعاتی می‌توان به خبری بودن آن اشاره کرد به این معنی که هر نظر و عقیده‌ای که مکتوب می‌شود باید در ارتباط با خبر باشد. لذا این نوع مقاله‌ها نمی‌توانند طولانی باشند.

به طور کلی همه نشریات دانشجویی دارای صفحات درج مقاله هستند و در سطوح مختلف اقدام به ابراز عقاید، نظرات و تفکرات خود می‌کنند.

انواع مقاله

- علمی، تخصصی و تحقیقی؛
- مقالات احساسی؛
- مقالات مطبوعاتی؛

در مقاله علمی، تخصصی و تحقیقی نویسنده باید بر اساس تحقیقات، مدارک و اطلاعات مستند در کمترین جمله ممکن عقاید و افکار خود را درباره موضوع مهم روز که مورد توجه مخاطبان است، به خواننده منتقل کند.

مقالات احساسی؛ در این نوع مقاله نویسنده احساس خود را در قبال یک موضوع با ابراز عقاید و نظر خود به رشته تحریر در می‌آورد و نیازی نیست موضوع مقاله به‌روز باشد.

مثال: مقاله علمی و تخصصی؛

اکستازی و عوارض خاص آن

اکستازی یک داروی روانگردان مصنوعی با دو خاصیت تحریکی شبیه به آمفتامین و توهم زایی شبیه به LSD است.

نام‌های خیابانی این ماده XTC، EX، قرص شادی، قرص عشق، آتش فرشته و «قرص حال رقص» می‌باشند. فرمول شیمیایی آن MDMA است.

این ماده برای سیستم عصبی توکسیک می‌باشد و در دوزهای بالا قادر است درجه حرارت بدن را خیلی سریع و به‌طور وخیم افزایش دهد که منجر به تخریب عضلات، کلیه و سیستم قلبی عروقی و عوارض چشمی خواهد شد. تحقیقات انجام شده با استفاده از تکنیک‌های اسکن مغزی در انسان‌ها نشان داده است که MDMA درمغز به سلول‌های مغزی که با واسطه شیمیایی سروتونین عمل می‌کنند آسیب می‌رساند. نوروترانسمیتر سروتونین نقش مهمی در تنظیم خلق، پرخاشگری، فعالیت جنسی، خواب و حساسیت به درد ایجاد می‌کند. بسیاری از استفاده‌کنندگان از MDMA با عوارض مشابه عوارض کوکائین و آمفتامین به قرار زیر روبه‌رو می‌شوند؛

علائم جسمانی مانند رژیدیته عضلانی، سایش غیرارادی دندان‌ها، تهوع، تاری دید، حرکت سریع چشم‌ها، سنکوپ، احساس لرز و تعرق، افزایش ضربان قلب و افزایش وخیم فشار خون که خطر ویژه‌ای برای افراد با بیماری‌های قلبی عروقی و مبتلایان به آنوریسم عروق مغزی و... است، مشاهده شده است. افرادی که پس از مصرف MDMA دچار ضایعات پوستی شبیه آکنه می‌شوند در معرض عوارض جانبی شدیدی مانند تخریب بافت کبد، در صورت تداوم مصرف خواهند بود.

تحقیقات اخیر نشان داده‌اند که استفاده از MDMA موجب تخریب دائمی بخش‌هایی از مغز که مرتبط با تفکر و حافظه می‌باشند خواهد شد.

MDMA دارای ساختار و اثراتی مشابه متامفتامین می‌باشند که نشان داده شده است، موجب تخریب نورون‌های حاوی دوپامین می‌شود پس موجب مشکلات حرکتی مشابه پارکینسون و لرزش شدید اندام‌ها خواهد شد. علائم روانشناختی، مانند: تیرگی شعور - افسردگی، اختلال در خواب - اضطراب شدید و بدگمانی به همه چیز و همه کس در طی مصرف و گاهی تا هفته‌ها پس از مصرف MDMA به‌جا می‌ماند.

متأسفانه در چند سال اخیر مصرف این ماده در برخی از پارتی‌ها و بزم‌ها رایج شده است، که این مجالس را (اکس پارتی) می‌نامند.

مصرف این ماده که به عنوان (قرص شادی) یا (قرص عشق) یا (قرص حال رقص) به شرکت‌کنندگان در پارتی عرضه می‌شود، به‌طور معمول همراه با اجرای موسیقی‌های خاص هیپستریک و رقص تا سر حد مرگ می‌باشد. مصرف این قرص‌ها باعث ایجاد اغتشاش در شعور فرد و ایجاد توهمات خاص می‌گردد و بسیاری از مصرف‌کنندگان این قرص با شکستگی اندام‌ها به مراکز درمانی

مراجعه می‌نمایند. زیرا پس از مصرف این قرص‌ها احساس توانایی پرواز(!) داشته و از ارتفاع به پایین پریده‌اند و به علت احساس بی‌دردی گذرا و رویین‌تن بودن زخم‌های عمیقی به خود وارد می‌نمایند. همچنین اقدام به خودکشی به خصوص با بریدن رگ‌های دست، در بین مصرف‌کنندگان این قرص بسیار شایع است. رواج ناگهانی این مواد بین جوانان و تصور اعتیاد آور نبودن آنها، زنگ خطر بزرگی برای مسئولین مبارزه با مواد مخدر و کارشناسان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و جامعه است.

انواع مقاله های مطبوعاتی

مقالات مطبوعاتی دارای ویژگی خاص هستند با این وجود می‌توانند حالت علمی و تخصصی و احساسی نیز داشته باشند. انواع این مقالات عبارتند از:

الف - مقاله‌های ساده خبری

- سرمقاله؛

- یادداشت؛

- تفسیر و اظهار نظر؛

- تحلیل و تشریح؛

- نقد مطبوعاتی؛

ب - مقاله‌های تخیلی، داستانی و وصفی

ج - مقاله‌های تحقیقی، آماری، علمی و آموزشی

الف - مقاله‌های ساده خبری

در این مقالات، بیشتر بر بعد خبری مقاله تکیه می‌شود. لذا از ویژگی‌های مقالات خبری ایجاز و کوتاه بودن آنها است و بر اساس اخبار جاری روز، سوژه پردازی می‌شود و به نگارش در می‌آیند، این مقالات بیشترین کاربرد را در به دلیل

به روز بودن در رسانه‌های سراسری دارند و در نشریات دانشجویی به دلیل طولانی بودن زمان انتشار کمتر استفاده می‌شود.

سرمقاله

از مهمترین مطالب و مقالاتی است که در نشریات چاپ می‌شود و مواضع، دیدگاه و سیاست کاری نشریه را نسبت به مسایل مختلف آشکار می‌سازد. از آنجایی که مسؤولیت پاسخگویی به مطالب مندرج در این نوع مقاله با مدیر مسؤول نشریه می باشد، لذا از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است و نویسنده مقاله، بر اساس قانون مطبوعات مسؤولیت چندانی در قبال نوشته خود ندارد.

موضوع سرمقاله را به طور معمول، مدیر مسؤول یا سردبیر معین می‌کند و سوژه آن می‌تواند در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... باشد. اما باید توجه شود، سوژه‌ای که انتخاب می‌شود، با رویدادی‌های روز در ارتباط بوده و از موضوعات به روز و متناسب با خواسته مخاطبان باشد، که به صورت جدی و سنگین نوشته می‌شود و حالت طنز ندارد.

البته در مواردی در عنوان این نوع مقاله بر ای رفع مسؤولیت از سردبیر در صورتی که مقاله توسط عضو دیگری از تحریریه نشریه نوشته شود از عبارت «به جای سردبیر»، «به جای سرمقاله» و... استفاده می‌شود.

در مطبوعات کثیرالانتشار سرمقاله را بدون ذکر نام نویسنده می‌آورند. البته در مواردی که نویسنده از شهرت و محبوبیت نزد مخاطبان برخوردار باشد و آوردن نام نویسنده موجب اهمیت و جذابیت بیشتر شود نام نویسنده را نیز می‌نویسند.

سرمقاله باید درستی ثابت و خاص و تحت عنوان سرمقاله یا عناوینی مترادف با آن در نشریات آورده می‌شود تا خواننده متوجه شود که این مقاله موضع نشریه است.

از جمله کلماتی که می‌توان به جای سرمقاله در نشریات دانشجویی به کار برد؛ «آغاز کلام»، «کلام اول»، «سخن روز»، «سرآغاز»، «اول دفتر»، «یادداشت سردبیر»، «به قلم مدیر مسؤول»، «حرف اول» و ... می‌باشد.

سرمقاله در اولین شماره یا پیش شماره نشریه با شماره‌های بعدی متفاوت است. به طور معمول در شماره اول نشریه، دلیل انتشار، اهداف و خط مشی و کلیات کارهایی که قرار است انجام پذیرد، نوشته می‌شود، که لازم است برای جذب مخاطبان با قلمی روان و صمیمی با مخاطب نوشته شود و خوانندگان را دعوت به همکاری با نشریه نماید.

یادداشت

یادداشت نیز نوعی مقاله است که برخلاف سرمقاله، ممکن است حالت طنز و شوخی داشته و چندان جدیت در رساندن پیام و مشخص کردن مواضع نداشته باشد و به طور معمول موضوعات روز جامعه را نقد کند که نام نویسنده نیز ذکر می‌گردد.

از انواع دیگر این مقالات می‌توان از «تفسیر و نقد داستان یا شعر، فیلم، کتاب» نام برد. این نوع مقالات جای ثابت و مشخصی ندارند و عناوین آن نیز بعضی مواقع با طنز همراه است که به طور معمول موضوعات روز به نقد کشیده می‌شود.

مثال:

حرف اول

سلام؛

ما او مدیم با یک صدای جدید، یک صدای کاغذی؛ درسته که ما دانشجوییم ولی نمی‌خواهیم حرف‌های قلمبه بزنینم. تصمیم داریم حرف‌های جدید بزنینم. از سختی‌ها هم باکی نداریم.

«دست تو دست ایستاده‌ایم»

حیرانیم، اما از ظلمات جهان وحشت نمی‌کنیم، نه، وحشت نمی‌کنیم»
راستش رو بخواهید در اوایل ترم گذشته تصمیم داشتیم اولین شماره‌ی این نشریه‌رو منتشر کنیم، ولی تو این راه چه بی‌معرفتی‌ها و حرف‌ها که ندیدیم و

نشنیدیم. «که عشق آسان نمود اول ولی افتاد مشکل‌ها» از این حرف‌ها که بگذریم، می‌رسیم به خود این صدا، که چه کسانی در اون مشغول فعالیت هستند و برای چی شروع به کارکردند؟

ما یک گروه بچه‌های انجمن علمی هستیم که با همدلی و کمک‌های بی‌شائبه استاد ... دور هم جمع شدیم و این نشریه را بر پا کردیم.

البته به دور از معرفت هست که نگیم چند تا از بچه‌های دانشگاه‌های دیگه هم قراره توی این گیر و دار و وانفسا حسابی کمکمون کنن. این از معرفی برویچه‌های نشریه، حالا اینکه ما در اصل برای چی اومدیم؟! (از کجا آمده‌ایم، آمدنمون بهر چه بود، به کجا می‌رویم آخر، نمایی وطنم) حقیقتشو بخواهید، دیدیم بچه‌های گروه، توی دانشگاه خیلی مظلوم واقع شدند برای همین هم یا علی گفتیمو آستینارو بالا زدیم.

(بر سر آتم که گز زدست برآید / دست به کاری زرم که غصه سراید)

هدف دیگمون این هست، که صدای کاغذمون دیگه خش خش نباشه، صدایش با صدای همه کاغذهای دیگه فرق بکنه.

(گوش کن! این صدای نفس خورشید است / که به مهمانی ما می‌آید)

امیدواریم هر جا به مسؤولین دانشگاه نیاز پیدا کردیم کوتاهی نکنن، اگر هم یه وقت ازشون بی‌مهری دیدیم ایرادی نداره، خدای ما هم بزرگه.

(ای دل از سیل فنا بنیاد هستی بر کند / چون تو را نوح است کشتی بان ز طوفان غم مخور)

خوب، فکر می‌کنم دیگه حرفی برای گفتن باقی نمونده!

در آخر هم اگر انتقاد یا پیشنهادی دارید خوشحال می‌شیم با ما در میان بذارید.

تفسیر و اظهار نظر

یکی دیگر از انواع مقالات مطبوعاتی است که نویسنده عقاید شخصی خود را می‌نویسد در این مقاله نویسنده موضوعی خاص را کالبد شکافی می‌کند و با توجه به عقاید شخصی خود و استدلال منطقی، اجزای موضوع رویداد را با سؤالاتی مواجه می‌کند که چرا چنین شد؟ چرا اینگونه کرد؟ چه خواهد شد؟ چه خواهد کرد؟

در تفسیر، نویسنده باید با استفاده از اطلاعات، منابع و شواهد معتبر و دلایل مورد قبول و کافی خواننده را قانع کند تا بتواند در نوشتار خود برای زیر سؤال بردن موضوع رویداد و تأثیر آن بر مخاطب موفق باشد.

مثال:

چرا کتابخانه دانشگاهها به روی پژوهشگران آزاد بسته است؟

بارها به علل کمبود کتاب و کتابخانه، مسأله عدم میل به تحقیقات و کاهش روحیه کنکاش در میان دانش آموزان و دانشجویان پرداخته ایم، از مهاجرت مغزها نالیده ایم و... اما آیا هیچ از خود پرسیده ایم؛ اگر شخصی به تحقیقات علاقه مند بود و تمام هزینه های گزاف تحقیقاتی اش را هم خود تقبل کرد، از منابع علمی چه سازمان و دانشگاهی می تواند بهره گیرد.

ما برای افراد تحصیل کرده یا طالب علم که برف و باران را نمی شناسند و در مقابل مشکلات استواری می کنند و خم به ابرو نمی آورند، چه می کنیم؟ در برخورد با کارهای تحقیقاتی فرهنگی که برای حفظ زبان این آب و خاک انجام می گیرد و نیاز مبرم به کتب مختلف در آن وجود دارد، آیا اگر آیه یأس نخوانیم، کاری به جز تماشا کردن داریم؟

به مطلب دقیق تر می پردازیم؛ خانم محققى که فارغ التحصیل مقطع کارشناسی بود، می گفت: «از زمان کودکی کارهای مطالعاتی و تحقیقاتی را دوست داشته ام. چون دوست ندارم به تربیت فرزندانم و وظایفم به عنوان یک مادر و همسر لطمه ای وارد شود. مطلقاً مخالف کار در بیرون منزل هستم. با اینکه فرزندانم ۲۰ و ۲۳ ساله و هر دو پسر و شاغل هستند و پیشنهادهای اشتغال به کار متعددی، حتی در زمینه فعالیت مورد علاقه ام به من شد و همسر من نیز هیچگونه مخالفتی با اشتغال من ندارد، اما لذت و آرامشی را که در منزل با حضور دایمی خود فراهم می کنم، بی نهایت بیشتر دوست دارم و صد البته در کنار آن به عنوان زکات العلم که نشر آن است، به تحقیق پرداخته ام. کار تحقیقاتی من شامل جمع آوری اصطلاحات رشته تخصصی ام می شود. برنامه نرم افزاری مربوطه را به سفارش خودم تهیه کرده ام، اما منابع اطلاعاتی محدودی هم که به هزینه شخصی تهیه کرده ام به هیچ وجه جوابگوی نیازها نیست چون هر ماهه کتاب های جدید به بازار می آیند و متأسفانه بهای آنها را ارقام نجومی تشکیل می دهد.

شاید باور نکنید که من در سال ۶۸، ده جلد از یک مجموعه هشتاد جلدی، را که تازه به طبع رسیده بود، به بهای کل دو هزار و پانصد تومان خریداری نمودم، اما یک سال پیش بهای شانزده جلد دیگر از همین مجموعه شصت و پنج هزار تومان اعلام شد. اگر فرض را بر این بگذاریم که هزینه این کتب را بپردازم، تکلیف کتاب‌هایی که فقط در کتابخانه‌ها موجود می‌باشد و امکان عضویت در آنها هم نیست چه می‌شود.

کتابخانه‌های دانشگاهی که جزء عمده این مراجع را تشکیل می‌دهند جز دانشجویان خودشان، عضو دیگری را نمی‌پذیرند. اگر هم دانشجویان دیگری را به عضویت بپذیرند که آن هم کلیت ندارد و هر دانشگاه و دانشکده مقررات خاص خودش را داراست، فقط باید در خود کتابخانه به مطالعه پرداخت. البته در برخی از کتابخانه‌های دانشگاه‌ها با ارایه معرفی‌نامه از محل کار می‌توان به عضویت آنان درآمد اما چنین مواردی بسیار اندک است. فعالیت بین کتابخانه‌ای که در وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری تحت عنوان طرح غدیر پیاده شده است، بسیار مفید اما با تأسف فراوان بسیار محدود است، چرا که در این طرح فقط دانشجویان و نه فارغ‌التحصیلان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری و نه کارشناسی و کاردانی دانشگاه‌های دولتی و نه غیر آن می‌توانند از امکانات ارتباط بین کتابخانه‌ای استفاده کنند.

هنگامی که از مسئولین وزارت علوم در مورد راهنمایی کسانی که به هر علت و تحت هر نام شامل این مقررات نمی‌شوند پرسیدم، در پاسخ گفتند: تنها راه شما این است که به عضویت کتابخانه ملی درآیید با خوشحالی به خودم گفتم راستی چرا خودم به فکرم نرسیده بود؛ چرا که از نوجوانی دوست داشتم کتابخانه‌ای عضو شوم که تمامی کتاب‌های موجود در کشور را که به چاپ نمی‌رسند، داشته باشد؟ با اینکه کتاب‌های ترجمه نشده نیز بخش عمده‌ای از کار مرا تشکیل می‌دهد.

ولی این کار به عنوان اولین قدم، می‌توانست گام بسیار مثبت و مهمی باشد. خوشبختانه از آن جا که شرایط عضویت در کتابخانه ملی را دارا بودم، خیلی زود به عضویت در کتابخانه درآمدم، از این بابت خیلی خوشحال شدم، اما متأسفانه این خوشحالی دوامی نداشت، چرا که به هیچ عنوان اجازه بیرون بردن کتاب از سالن مطالعه وجود ندارد، (البته این موضوع با توجه به معدود بودن نسخ موجود در کتابخانه قابل درک است).

و مهمتر اینکه استفاده از هر گونه رایانه‌های کوچک شخصی یا به اصطلاح lab tap در محیط کتابخانه مجاز نیست. همچنین هیچ کتابی به غیر از نسخ دستی که آن هم قرار است در آینده انجام پذیرد، به صورت full text نیست تا بتوان از طریق اینترنت در خارج کتابخانه از آنها استفاده کرد. از طرفی دیگر اجازه استفاده از Floppy و CDRom رایانه‌های موجود در کتابخانه داده نمی‌شود.

نکته عمده و قابل تعمق این است، که علی‌رغم تهیه کلیه کتاب‌های مطبوع در کشور، از سال ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۴ تنها ۲۰٪ از آنها به متقاضیان ارایه شده و از سال ۱۳۷۴ تاکنون نیز هیچ گونه کتاب جدیدی به اعضا ارایه نگردیده است. علت آن نیز این است که مخازن کتابخانه همگی پر شده و در واقع به دلیل کمبود جا و امکانات سرویس خدمات عمومی به صورت کامل انجام نمی‌پذیرد. البته قول استفاده پس از توسعه جا داده شده است، ولی تا آن موقع آیا زمان بی ارزش است؟»

این محقق اضافه می‌کند: «وقتی که همه درها را به رویم بسته دیدم، یاد حرف استادم، خانم دکتر ... افتادم که برای گرفتن راهنمایی، حدود ۸ الی ۹ ماه پیش نزدش رفته بودم، می‌گفت: می‌تواند به عنوان یک کمک شخصی، کتاب‌هایی را که می‌توان امانت گرفت به نام خودش از کتابخانه تخصصی دانشکده برایم امانت بگیرد.

در مورد کتاب‌هایی هم که امانت داده نمی‌شوند می‌توانم حضوری بدون آنکه در کتابخانه عضو باشم از کتاب‌ها استفاده کنم و این نهایت لطفی بود که کسی می‌توانست در حق کسی داشته باشد. اما آخر تا کی روابط باید جایگزین ضوابط باشد؟ شاید هم من از اول لقمه را از پشت سر به دهان گذاشته بودم و باید از اول دست به دامن این و آن می‌شدم تا به جای خودشان برایم کتاب بگیرند. در تمام این مدت به این می‌اندیشم که ان‌شاءالله کار را به مرحله قابل ارایه ای برسانم تا شاید کار تحقیقاتی انجام شده، خود معرف الزام استفاده از کتابخانه‌های مورد نیازم باشد.»

آیا امکان پذیر نیست که مسئولین محترم وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، با تجدید نظر در مقررات؛ به عنوان مثال، امانت گرفتن اسناد تضمینی و یا مدرک تحصیلی، امکان مطالعه و استفاده از طرح غدیر را برای محققان آزاد و ... فراهم آورند؟

شرط اول حیات فکری و حفظ و تقویت آن، روحیه کنکاش و تحقیق است. اما امکان استفاده بهینه از امکانات موجود چه زمانی برای متقاضیان فراهم خواهد شد؟

تحلیل و تشریح

در این نوع مقاله نویسنده سعی می‌کند با در آوردن سوابق رویداد و جزئیات کار و ربط دادن آن با رویدادهای مشابه اتفاق افتاده، ضمن کالبدشکافی و تشریح موضوع، اهداف رویداد در آینده را تصور کند. در واقع نویسنده قصد روشنگری موضوع برای مخاطبان را دارد و می‌خواهد این برداشت خود را به خواننده انتقال دهد. این مقالات ممکن است سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ... باشد.

این نوع مقالات به طور معمول درباره موضوعاتی نوشته می‌شود که نویسنده از آن احساس خطر می‌کند و قصد دارد به دیگران نیز در مورد وجود خطر هشدار دهد.

مقاله‌های تحلیلی در خصوص تهاجم فرهنگی، امضای پروتکل الحاقی آژانس بین‌المللی هسته‌ای، اعتیاد، معضلات اجتماعی، فرهنگی و ... از آن دسته مقالات هستند.

مثال:

خوابگاه یا خواب‌گاه!؟

آمارهای غیر رسمی و پژوهش‌های آماری حاکی از آن است که تعداد زیادی از دانشجویان پس از ورود به دانشگاه و اقامت در خوابگاه‌های دانشجویی دچار مشکلات عدیده‌ای همچون اضطراب، افسردگی، ناهنجاری‌های اخلاقی و ... می‌شوند که حتی در بعضی موارد به خودکشی منجر می‌شود. توزیع مواد مخدر در سطح برخی خوابگاه‌ها و آمار رو به افزایش معتادین در خوابگاه‌های دانشجویی، از دیگر مواردی است که به طور معمول مسئولین ترجیح می‌دهند در قبال آن سکوت کنند.

استفاده از مشروبات الکلی و معضلات اخلاقی دیگر را نیز بر همه مشکلات فرهنگی خوابگاه می‌افزاید.

جدا از بحث خوابگاه‌یانی که دچار مشکلات روحی و اخلاقی می‌باشند، هیچ فرد سالمی نیز در اتاق‌های تنگ و تاریک و کثیف ۴ نفره‌ای که ۶ نفر یا بیشتر در آن جای گرفته‌اند و در کنار آشپزخانه کثیف و دود زده‌ای که بین چندین واحد به اشتراک گذاشته شده است، دوام نمی‌آورد و دیر یا زود دچار مشکلات خاص خود خواهد شد.

بسیاری از دانشجویان که برای درس خواندن، دانشگاهی غیر از شهر بومی خود را انتخاب می‌کنند، بخش عمده‌ای از اوقات شبانه روزی خود را در خوابگاه‌ها سپری می‌کنند و در حقیقت پس از خانه پدری، خوابگاه دوم آنها به‌شمار می‌آید.

اجتماع شمار قابل توجهی از دانشجویان در یک ساختمان و زندگی مداوم در آن، خوابگاه را تبدیل به خانه‌ای بزرگ می‌کند که نیازها، مسایل و مشکلاتش نیز، به تناسب بزرگی‌اش افزون‌تر می‌شود و توجه دایمی به حل آنها توسط مسؤولان مربوطه را اجتناب‌ناپذیر می‌کند.

پس از اتمام فعالیت آموزشی روزانه دانشجویان، آنان روانه خوابگاه‌ها می‌شوند تا ساعات باقی مانده از شبانه روز را که شاید در دو سوم ساعات زندگی شبانه روزی آنان است، در خوابگاه صرف کنند و دوران زندگی دانشجویی خود در خوابگاه‌ها را پشت سر بگذارند و به طور دقیق از همین نقطه است که توجه به نیازهای فرهنگی و رفاهی دانشجویان خوابگاه‌ها، ضرورت غیر قابل انکاری پیدا می‌کند. چرا که زندگی در خوابگاه اگر چه دورانی گذرا و موقت در مجموع سال‌های زندگی دانشجو است، اما به شدت انتخاب‌ها و گزینه‌های متنوع در رفتارهای عمومی دانشجویان را کاهش می‌دهد و آنان را تا حد قابل ملاحظه‌ای از تنوع موجود در زندگی عمومی افراد، نسبت به خانه اصلی خود، دور می‌کند. از همین رو است که دانشجو هنگام بازگشت به خانه خود، احساس گشادگی و افزایش تنوع نسبت به گزینه‌های انتخابی خویش دارد و از دوران زندگی در خوابگاه به عنوان دوران محدودیت دانشجویی یاد می‌کند.

بدیهی است عوامل مورد اشاره، برنامه‌ریزی فرهنگی برای دانشجویان ساکن خوابگاه‌ها را اجتناب‌ناپذیر می‌کند و ضرورت انجام پژوهش‌های آماری و میدانی برای سنجش گرایش‌ها و نیازهای فرهنگی دانشجویان را به اثبات می‌رساند.

طی سال‌های اخیر همواره شاهد آن بوده ایم که تعداد دخترانی که در آزمون ورود به دانشگاه پذیرفته شده‌اند از تعداد پسران بیشتر بوده است، لذا توجه به مسایل خاص خوابگاه‌های دختران اهمیت بیشتری یافته است.

خوابگاه‌های دانشجویی دختران از حساسیت‌ها و الزامات فرهنگی ویژه‌ای برخوردارند. در قیاس با خوابگاه‌های پسران، این الزامات و محدودیت‌ها، نظیر حضور و غیاب شبانه و زودتر بسته شدن در خوابگاه‌ها، به خوبی خودنمایی می‌کند.

دختران دانشجو که بخش عمده‌ای از ساعات بعد از ظهر و شبانگاهی خود را در خوابگاه می‌گذرانند، نسبت به پسران به میزان بسیار زیادی از بهره‌مندی امکانات و برنامه‌های تفریحی و فرهنگی بیرون از خوابگاه محرومند و همین وضعیت، ضرورت شناسایی واقعیت‌های موجود خوابگاه‌های دختران، سلاقی و نیازهای فرهنگی دانشجویان ساکن خوابگاه‌ها و برنامه‌ریزی برای رفع نیازهای متناسب با واقعیت‌های موجود خوابگاه‌ها را الزامی و اجتناب ناپذیر کرده است.

طرح بررسی وضعیت فرهنگی خوابگاه‌ها

تا کنون طرح‌های پژوهشی و آماری مختلفی در دانشگاه‌ها و بعضی خوابگاه‌های دانشجویی به اجرا در آمده است که البته آنچنان که باید و شاید به وضعیت و نیازهای فرهنگی دانشجویان خوابگاهی توجه اصولی نشده است. اما یکی از طرح‌هایی که در همین زمینه با عنوان طرح پژوهشی بررسی وضعیت فرهنگی خوابگاه‌های دانشجویی دختران در اوقات فراغت، توسط پژوهشکده فرهنگ و معارف نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها به اجرا در آمده، به صورت مفصل و تفصیلی به مسأله خوابگاه‌های دانشجویی پرداخته است.

جامعه آماری این پژوهش، کلیه خوابگاه‌های دانشجویی دختران (دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی) در سراسر کشور بوده که در مجموع ۴۳ دانشگاه دولتی وابسته به وزارت علوم با ۱۷۴ خوابگاه، ۳۲ دانشگاه دولتی وابسته به وزارت بهداشت با ۷۵ خوابگاه و ۱۰۷ واحد دانشگاهی آزاد اسلامی با ۳۴۷ خوابگاه را در بر گرفته است.

- محورهای عمده سؤالات مطرح شده در بین دانشجویان عبارتند از:

- وضعیت جغرافیایی و رفاهی خوابگاه

- وضعیت و حجم برنامه های فرهنگی
- میزان رسیدگی مسئولان به وضعیت خوابگاه
- میزان رضایت از برنامه های فرهنگی
- برنامه های فرهنگی مطلوب و برنامه های ملال آور
- اوقات فراغت دانشجویان
- مسئولان رفع نواقص و کاستی های موجود

در نظر سنجی انجام شده ۳۳ درصد از برنامه تلویزیون، ۲۴ درصد از پخش فیلم و تنها ۱۸ درصد از جلسات مبلغان مذهبی رضایت داشته اند.

۶۳ درصد از دانشجویان ترجیح داده اند که سؤال مربوط به برنامه فرهنگی درخواستی را سفید بگذارند، در حالیکه ۲۴ درصد تقاضای کتابخانه، ۱۴ درصد تقاضای پخش فیلم، ۱۰ درصد تقاضای جلسات شعر و ادب و ۶ درصد تقاضای جلسات مبلغان مذهبی را داشته اند.

۵۰ درصد از دانشجویان درخواست کتب ادبی، علمی و سیاسی - اجتماعی نموده اند. در حالیکه ۴۰ درصد به این سؤال پاسخ نداده اند، مجموع بقیه درخواست های موضوعی که البته موضوعات مذهبی را نیز شامل می شود، کمتر از ۱۰ درصد است.

۵۱ درصد معتقدند که ازدواج جایگزین هیچ یک از نیازهای فرهنگی آنها نخواهد شد و ۱۸ درصد نیز معتقدند که ازدواج جایگزین بیش از ۵۰ درصد نیازهای فرهنگی آنها خواهد شد.

۹۰ درصد دانشجویان ترجیح داده اند که در مورد مطالعات غیر درسی و میزان انجام امور مذهبی پاسخی ندهند.

۸۴ درصد خواستار مشارکت دانشجویان در برنامه ریزی فرهنگی برای خوابگاه ها شده اند.

۶۳ درصد از دانشجویان، مدیریت دانشگاه (رییس دانشگاه، معاونت دانشجویی، مدیر کل فرهنگی و فوق برنامه) را مسئول اصلی رفع نواقص برنامه ریزی و فعالیت های فرهنگی در خوابگاه دانسته اند. ۷ درصد نیز نهاد نمایندگی را مسئول اصلی در این زمینه دانسته اند.

تنها ۱۱ درصد از دانشجویان معتقدند که نهاد نمایندگی بیشتر از حد متوسط در جهت رفع نیازهای فرهنگی خوابگاه‌ها تلاش کرده و بیشتر از ۵۰ درصد نیز به تلاش ناچیز دفاتر نهاد اعتقاد دارند.

آنچه از نظر تان گذشت بخش اندکی از نتایج طرح پژوهشی وسیعی بود که سال ۱۳۷۸ در سطح خوابگاه‌های دانشجویی دختران کشور به اجرا درآمد. این طرح علاوه بر ارایه داده‌های آماری به بررسی نتایج حاصله از جنبه‌های مختلف پرداخته و نتایج هر بخش را نیز بطور جداگانه قید کرده است.

خلاصه‌ای از این طرح پژوهشی نیز به صورت یک کتاب با عنوان وضعیت فرهنگی خوابگاه‌های دانشجویی، در سال ۱۳۸۱ به چاپ رسیده است.

این طرح در کمیسیون امور بانوان شورای عالی انقلاب فرهنگی مطرح شد و زمینه ساز مصوبه‌ای شد که تابستان امسال توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی درباره خوابگاه‌های دانشجویی به همه مراجع ذی‌صلاح ابلاغ گردید.

سیاست‌های فرهنگی، اجتماعی خوابگاه‌های دانشجویی

تا پیش از انقلاب حدود ۱۷۵ هزار دانشجو در ۲۰ دانشگاه کشور، مشغول به تحصیل بودند که از این تعداد، ۲۰۰ نفر دانشجوی مقطع دکترا و ۵ هزار و ۶۰۰ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد بودند. در حالیکه در حال حاضر متجاوز از ۱۲۰ دانشگاه دولتی در سطح کشور موجود است که بیش از ۱/۵ میلیون نفر دانشجو را تحت پوشش قرار داده‌اند. با احتساب دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی و دیگر مؤسسات آموزش عالی، به رشد چشمگیر جمعیت جامعه دانشگاهی کشور پی خواهیم برد.

اما این افزایش جمعیت دانشجویان مشکلات متعددی را نیز به همراه داشته است که هم زندگی دانشجویان در داخل دانشگاه و هم زندگی آنان پس از دوران فارغ‌التحصیلی را دستخوش دشواری‌های بسیاری کرده است.

آمارهای نگران‌کننده نیز لزوم توجه هر چه بیشتر و جدی‌تر به معضلات جامعه دانشجویی را آشکار می‌سازد. از این رو شورای عالی انقلاب فرهنگی که یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری‌های فرهنگی کشور محسوب می‌شود، توجه خود را به این موضوع معطوف کرده است.

پس از بررسی طرح‌ها و نظرات مختلف و با بهره‌گیری از طرح پژوهشی که بیشتر از آن سخن گفتیم. در نهایت، سیاست‌های فرهنگی - اجتماعی بهینه‌سازی وضع خوابگاه‌های دانشجویی کشور به تصویب رسید.

مصوبه مذکور که بر ۵ مؤلفه فرهنگی - اجتماعی، مدیریت و نظارت، اقتصاد، خدمات و رفاه و توسعه خوابگاه‌ها استوار است چه اهدافی را دنبال می‌کند؟

۱- ایجاد هماهنگی و همکاری در امر سیاستگذاری، برنامه ریزی، اجرایی و نظارتی به منظور توسعه و بهبود وضعیت خوابگاه‌های دانشجویی توسط دستگاه‌های ذیربط.

۲- احیا، حفظ و ترویج فرهنگ اسلامی در محیط‌های خوابگاهی با استفاده از روش‌های کارآمد، نظارتی و مدیریتی.

۳- ایجاد زمینه مساعد برای ارتقای سطح آگاهی‌ها، توانمندی‌ها و کشف استعداد‌های دانشجویان از طریق فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در محیط خوابگاه‌ها.

۴- فراهم سازی شرایط و تسهیلات مناسب اقتصادی، رفاهی و خدماتی برای استفاده دانشجویان در خوابگاه‌ها.

در مورد هر کدام از مؤلفه‌های ذکر شده، به تفکیک، تعدادی راهبرد و سپس چند سیاست اجرایی مختص آن راهبرد ذکر شده است.

با نگاهی گذرا به مصوبه فوق می‌توان دریافت که برخلاف همه فعالیت‌های ارزشمند صورت گرفته در این زمینه، مصوبه مذکور تا رسیدن به سیاست‌های اجرایی کارآمدی که بتواند فضاهای خوابگاه‌های دانشجویی را تحت تأثیر قرار داده و جانی دوباره در این کالبد بدمد، راهی طولانی و دشوار در پیش دارد.

با گذشت ۲ سال از ابلاغ این مصوبه، زمان لازم برای پایه‌ریزی فعالیت‌های جدید فرهنگی در خوابگاه‌ها فراهم شده است، اما در طول ترم تحصیلی گذشته و ترم جدید چقدر شاهد این تغییرات و تحولات بوده‌ایم؟ به نظر می‌رسد با ادامه پیدا کردن روند کنونی، این مصوبه نیز به خیل هزاران مصوبه اجرا نشده دیگر در بایگانی‌ها بپیوندد؟

نقد مطبوعاتی

ارزیابی و قضاوت درباره یک رویداد خبری، هنری، ادبی و فرهنگی است که به منظور بررسی نکات مثبت و منفی آن رویداد صورت می‌گیرد.

- نقد فیلم و نمایش؛

- نقد کتاب و مقالات؛

- **نقد فیلم و نمایش**

از جمله نقدهای مهم در نشریات دانشجویی است که نقاط قوت و ضعف فیلم‌ها بررسی می‌شود.

می‌توان نقد فیلم و نمایش را به دو دسته تقسیم کرد.

نقد برون نگر؛ منتقد، فیلم را به عنوان یک پدیده جامعه شناسی مورد توجه قرار می‌دهد و بیشتر تأثیر فیلم بر روی بینندگان و مخاطبان آن مد نظر است.

مثل: فیلم و جامعه، فیلم و عقاید، هنر هفتم، سینمای چهار، نمایش و مخاطب

و ...

فیلم‌های آژانس شیشه‌ای، مرد عوضی، آدم برفی، زندان زنان، آواز قو، شوکران، من ترانه ۱۵ سال دارم، ارتفاع پست، سگ کشی، خانه‌ای روی آب، مارمولک و ... از جمله فیلم‌هایی بودند که به دلیل استفاده از سوژه‌های جدید و چالشی روز در فیلم و حساسیت‌ها و واکنش‌های متفاوت افراد و گروه‌های مختلف نسبت به آنها، بیشترین نقد رسانه‌ای چه در نشریات دانشجویی و چه در رسانه‌های موجود کشور، درباره آنها منتشر شد.

نقد درون نگر؛ به ارزیابی، قضاوت و تفسیر جنبه‌های هنری و فنی فیلم و تکنیک‌های ساخت آن پرداخته می‌شود. در این نوع نقد، صنایع بدیع فیلم، وضع ظاهری، حالت و فضای فیلم، سبک شناسی فیلم و ... ارزیابی می‌شود.

فیلم‌های سینمای هالیوود که از نظر صنعت، تکنیک و بدلقاری از توان بسیار بالایی برخوردار هستند، از عمده‌ترین الگوی مصداق این نوع ارزیابی هستند.

– نقد کتاب و مقالات

در نقد کتاب نیز نویسنده مانند نقد فیلم، ضمن معرفی کتاب نقاط قوت و ضعف کتاب را از دید خود بررسی می‌کند و به طور معمول کتابی نقد می‌شود که از انتشار آن مدت زیادی نگذشته باشد.

ب – مقاله‌های تخیلی، داستانی و وصفی

در این نوع مقالات فضا سازی و تجسم موضوع در ذهن مخاطب و به‌کاربردن توصیف، اهمیت مهمی دارد که احساسات و عواطف خواننده را تحریک می‌کند و نیاز به دلیل و استدلال برای اثبات ندارد.

به همین دلیل نشریات دانشجویی در مورد مشکلاتی که در مورد آن اطلاعاتی کافی ندارند یا فشار جو سانسور وجود دارد، می‌توانند با استفاده از این نوع مقاله با توصیف، فضا سازی و بردن خواننده به دنیای تخیل و تصویر پردازی با خلاقیت و قدرت قلم به طور غیر مستقیم مشکلات دانشجویی فرضی را بیان کنند و احساسات و همدردی خواننده را برانگیزند، به طوری که احساسات خود را در قالب نوشته به صورت شادی، غم، اضطراب، امنیت و نا امنی به مخاطب منتقل و القا نمایند.

هر چه خواننده بیشتر تحت تأثیر قرار گیرد، نویسنده موفق‌تر بوده است. به طور معمول در این نوع مقالات به دلیل وجود فشار سانسور و خفقان، سعی می‌شود از زبان حیوانات، اما با فهم و واقعیت‌های انسانی ابراز عقیده شود، که به طور عمده، سیاسی و به شکل داستانی می‌باشند. کتاب «موش و گربه» عبید زاکانی را می‌توان از این نوع نوشته نام برد که به شکل داستانی از زبان حیوانات ابراز عقیده می‌کند.

ج – مقاله‌های تحقیقی، آماری، علمی و آموزشی

در این نوع مقالات به یک موضوع علمی و تخصصی پرداخته می‌شود و به صورت علمی و تخصصی و با استدلال برای خواننده شرح داده می‌شود.

البته باید مقاله به گونه‌ای نوشته شود که برای افرادی با اطلاعات متوسط در آن زمینه قابل فهم باشد.

به کاربردن واژه‌های تخصصی در این نوع مقالات به دلیل اینکه افرادی با اطلاعات متوسط به بالا مخاطب این مقاله‌ها بوده و آن را می‌خوانند. مانعی ندارد، اما باید طوری نوشته شود که مبهم و دور از فهم نباشد.

در مقالات علمی، تحقیقی، آماری و آموزشی، باید از سبکی خاص پیروی کرد و در چند قسمت خاص و مشخص شده مقاله را جهت دهی نموده و به رشته تحریر درآورد.

ساختار مقالات علمی و تحقیقاتی

- خلاصه مقاله؛
- مقدمه؛
- هدف تحقیق؛
- روش مطالعه و تحقیق؛
- نتیجه‌گیری؛

خلاصه مقاله

در خلاصه مقاله چکیده‌ای از کلیات مقاله آورده می‌شود و نویسندگان در چند جمله موضوعی را که به آن پرداخته است، در ابتدا به طور بسیار مختصر بیان می‌کند. خلاصه مقاله، مثل لید در خبر است.

مقدمه

در مقدمه نیز برای شروع، تا حدودی درباره موضوع اصلی مقاله زمینه‌سازی می‌شود و توضیحاتی برای شروع بحث و آماده شدن ذهن خواننده برای پرداختن به

مطلب اصلی مقاله ارایه می‌شود. در مقدمه ممکن است، نویسنده تاریخچه و سوابق مرتبط با موضوع مقاله را برای آگاهی خواننده، بیاورد.

هدف تحقیق

منظور و غرض نویسنده از انجام تحقیق، و دلیل نوشتن مقاله را می‌آورد.

روش مطالعه و تحقیق

در روش مطالعه و تحقیق نیز روش‌هایی برای مطالعه و تحقیق در مورد موضوع مقاله توضیح داده می‌شود، که می‌توان از روش‌های جمع‌آوری اطلاعات، آمارگیری، روش‌های تحلیل داده‌ها همراه با جدول و نمودار برای روش تحقیق نام برد.

نتیجه‌گیری

نظرات و عقیده نویسنده از انجام تحقیق، دستاورد، حاصل و نقش و تأثیر مقاله در بهبود وضعیت در نتیجه‌گیری نهایی تحقیق آورده می‌شود.

مراحل تنظیم مقاله در نشریات دانشجویی

- ۱- انتخاب سوژه یا موضوع؛
- ۲- پرورش سوژه و تحقیق درباره آن از منابع مختلف؛
- ۳- جمع آوری اطلاعات و دسته‌بندی آنها؛
- ۴- عنوان بندی و تفکیک قسمت‌ها؛
- ۵- تنظیم متن و پاراگراف‌های آن در جملات کوتاه (حداکثر ۲۰ کلمه)؛
- ۶- ترکیب بندی و الویت‌گذاری بین پاراگراف‌ها و ایجاد پیوستگی مناسب و منطقی بین مطالب و حفظ وحدت و یکپارچگی مقاله؛
- ۷- نتیجه گیری از مطالب؛
- ۸- اصلاح نسخه اولیه و پاک‌نویس کردن مقاله؛
- ۹- ویراستاری مطالب مقاله؛
- ۱۰- درج یادداشت‌ها و پاورقی‌های مقاله؛
- ۱۱- ذکر منابع و مأخذ؛

منابع تحقیق درباره موضوع و سوژه مقالات عبارتند از:

- ۱- تجربه و اشخاص با سابقه و مسن؛
- ۲- صدا و سیما؛
- ۳- آرشیو روزنامه‌ها و نشریات؛
- ۴- کتابخانه‌ها؛
- ۵- کارشناسان؛
- ۶- نظرات مخاطبان، دانشجویان و مردم؛
- ۷- آگهی‌ها؛
- ۸- مراکز علمی و تحقیقاتی مرتبط با موضوع مقاله؛
- ۹- مسؤولان مرتبط با آن سوژه؛

تیترونیسی در مقاله

تیترونیسی در مقاله محدودیت‌های تیترونیسی خبر را ندارد و اصل بر آن است که تیترونیسی به گونه‌ای پردازش و تنظیم گردد که خواننده را به خواندن متن مقاله جذب و ترغیب کند. هر چند ممکن است عین واژه‌های به کار رفته در تیترونیسی در خود مقاله نباشد، اما لازم است مفهوم کلی مقاله را برای خواننده روشن کند و معنا، زمینه و ساختار کلی مقاله را در بر داشته باشد. به طور معمول برای مقاله از تیترونیسی استنباطی که دارای قدرت تصویرپردازی هستند، استفاده می‌شود. در تیترونیسی پایین با دیدن تیترونیسی مشخص می‌شود زمینه مقاله در خصوص جوانان، معضلات فرهنگی و اجتماعی و ... است.

مثال:

نسل سوم، واقعیت‌ها و آرمان‌ها

تیترونیسی بالا برای مقاله‌ای در خصوص جوانان می‌باشد که نویسنده وضعیت و واقعیت‌های جوانان در جامعه را بررسی می‌کند و نسبت به ضعف مسؤولان کشور نسبت به جوانان و آرمان‌های جامعه انتقاد می‌کند.

صدای آشنا

تیترونیسی بالا برای مقاله‌ای درباره‌ی یکی از گویندگان رادیو جهت تحلیل از او و تشویق حرفه گویندگی و خبرنگاری در یک روزنامه صبح تنظیم شده بود.

فصل پنجم

مصاحبه

مصاحبه

در روزنامه نگاری مصاحبه به ملاقاتی گفته می شود که در آن نظر یک شخص (یا اشخاص) 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 واقع یکی از انواع خبرگیری مستقیم است که به وسیله آن عقاید و افکار شخصیت های مهم یا نظرات مردم عادی، درباره موضوعات مختلف به ویژه مسایل روز به دست می آید و در واقع هدف از آن تکمیل اطلاعات، اطلاع یافتن از واکنش های افراد در مورد موضوعات مختلف و کسب نقطه نظر شخصیت ها و اشخاص خبر ساز مسؤؤل یا عادی است.

همچنین می توان گفت مصاحبه، یک ارتباط هدفدار طراحی شده است که برای به دست آوردن اطلاعات و پیام مورد علاقه مخاطبان انجام می شود و حاصلی از گفت و گوی دو طرفه برای دستیابی به واقعیتی است، که دارای یک یا چند ارزش خبری می باشد.

مصاحبه در نشریات دانشجویی می تواند 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 خبرساز، مقامات مسؤؤل و دیگر افراد جامعه دانشگاهی؛

۴- معرفی اشخاص سرشناس یا مهم برای جامعه دانشگاهی؛
باتوجه به اینکه مخاطبان اصلی نشریات دانشجویی قشر دانشگاهی هستند،
مصاحبه به طور معمول باید با کسانی انجام شود که با دانشگاه و دانشجو در ارتباط
باشند، یا مصاحبه با آنها برای مخاطبان دانشگاهی جذاب و خواندنی باشد.
در نشریات دانشجویی مصاحبه بهترین راه برای انتقال انتقادات دانشجویان به
مسئولان می باشد که راهکارها، تدابیر، توانایی، تمایل و ... مسئولان به منظور رفع
آن مشکلات، آشکار می شود.

مصاحبه را می توان یکی از ابزارهای مهم جمع آوری اطلاعات دانست.
در تنظیم مصاحبه های خبری، اطلاعاتی که از مصاحبه شونده به دست می آید،
در درجه اول اهمیت قرار دارد، زیرا به خاطر اعتبار، مقام و یا موقعیتی که در
جامعه دانشگاهی دارد، مورد توجه مخاطبان است و هر چه موقعیت و اعتبار شخص
مصاحبه شونده اعم از مثبت یا منفی بیشتر باشد، ارزش خبری مصاحبه بیشتر
است. همچنین سوژه مناسب نیز در جذابیت یک مصاحبه نقش اساسی دارد.

مراحل انجام مصاحبه

- ۱- انتخاب سوژه مصاحبه؛
- ۲- پرورش سوژه و تحقیق در مورد آن؛
- ۳- انتخاب مصاحبه شونده؛
- ۴- تحقیق در مورد مصاحبه شونده؛
- ۵- طرح سؤالات مصاحبه؛
- ۶- انتخاب مصاحبه گر؛
- ۷- انجام مصاحبه؛
- ۸- سبک نگارش با توجه به نوع مصاحبه؛

انتخاب سوژه مصاحبه

بی تردید برای تهیه یک مصاحبه موفق و جذاب، سوژه انتخاب شده نقش مؤثری ایفا می‌کند.

سوژه مصاحبه باید جذاب بوده و از تازگی برخوردار باشد. در نشریات دانشجویی انتخاب سوژه مناسب و تازه که مورد علاقه جامعه دانشگاهی باشد، می‌تواند در جذابیت هرچه بیشتر نشریه و تأثیرگذاری آن بر روی مخاطبان و تبدیل مخاطب به خواننده مؤثر باشد.

بنا بر این مصاحبه‌گر باید برای یافتن سوژه جدید، مناسب و عامه‌پسند، با دانشجویان و محیط دانشگاه ارتباط صمیمی و نزدیک برقرار کرده و از علاقه دانشجویان نسبت به موضوعات و سوژه‌های مختلف اطلاعات کامل کسب نماید.

به طور معمول سوژه‌هایی که خوانندگان از سوابق قبلی آن اطلاعات کلی دارند و پیش زمینه ذهنی سوژه در ذهن خوانندگان وجود دارد، همچنین موضوعاتی که در ذهن دانشجویان از ذهنیت مثبت یا منفی برخوردار است سوژه مناسب برای مصاحبه هستند. در اینگونه موارد بهتر است از افراد با سلیق و دیدگاه‌های مختلف در مورد یک رویداد مصاحبه شود و مصاحبه یکطرفه و جانبدارانه نباشد. در واقع اگر کسی در یک مصاحبه متهم می‌شود باید فرصت پاسخگویی به او داده شود.

در بسیاری از نشریات دانشجویی و مطبوعات سراسری بعضی سوژه‌ها، ستون ثابتی دارند که به صورت سلسله‌وار در هر شماره به زوایای مختلف آن سوژه یا دیدگاه‌های صاحب‌نظران در مورد آن پرداخته می‌شود. به عنوان مثال «شیوه‌های موفقیت در تحصیل»، «اضطراب و افسردگی در بین دانشجویان» و ... به عنوان یک سوژه با ستون ثابت در نشریات دانشجویی درج می‌گردد که در مصاحبه با اساتید دانشگاه و اشخاصی که نظرات آنها برای جامعه دانشگاهی مهم است، در آن ستون به شکل دنباله‌دار آورده می‌شود. از فواید این نوع پرداختن به سوژه، این است که ابعاد مختلف موضوع با استفاده از دیدگاه‌های مختلف موشکافی شده و اطلاعات بهتری از موضوع به خوانندگان ارائه می‌شود.

پرورش و تحقیق درباره سوژه

پس از مشخص شدن سوژه مصاحبه، باید موضوع پرورش یابد و راجع به موضوع مصاحبه با موشکافی تحقیقات کامل انجام شود. بدیهی است، مصاحبه‌ای می‌تواند کامل و موفق باشد که مصاحبه کننده از آن موضوع اطلاعات کافی داشته و بر موضوع مصاحبه مسلط باشد.

این اطلاعات را می‌توان با تحقیق و جست‌وجو از منابع مختلف مرتبط، همچنین سوابق سوژه و سوژه‌های مشابه و مرتبط به‌دست آورد.

هر چه اطلاعات بیشتر از سوژه مصاحبه کسب شود، اشراف مصاحبه‌گر بر سوژه مصاحبه بیشتر و پرسش سؤالات تخصصی‌تر می‌شود که در نهایت موجب می‌شود مصاحبه برای خواننده جذاب‌تر و خواندنی شود.

همچنین در انتخاب سوژه وقتی که نظرات دانشجویان انعکاس داده می‌شود، باید به شدت از گروه‌گرایی، جناح‌بازی و یکسو‌نگری پرهیز شود و مصاحبه شوندگان با طرز فکرهای متفاوت در رده‌های سنی و جنسی مختلف انتخاب شوند. البته این مهم در مواردی است که مصاحبه به شکل گزارش تنظیم شده و لازم باشد از افراد بیشتری مصاحبه گردد.

انتخاب مصاحبه شونده

برای انتخاب مصاحبه شونده ابتدا باید توجه شود که موضوع و سوژه مصاحبه چیست و سپس متناسب با آن شخص مصاحبه شونده را انتخاب نمود.

انواع مصاحبه شوندگان

۱- افراد عادی: همه افراد جامعه؛

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

۳- افراد متخصص: افرادی که اطلاعات داخلی یا ویژه‌ای دارند که برای مخاطبان و خوانندگان دانستن آن بسیار ضروری است. مانند روابط عمومی‌ها، شاهدان عینی، سخنگویان، کارشناسان و ...

باید توجه داشت که فقط مصاحبه با بالاترین مقام دانشگاه یا مقامات مهم خارج دانشگاه موجب جذابیت نمی‌شود، بلکه اهمیت، جالب بودن، تازگی و علاقه‌مند بودن عامه دانشجویان به موضوع از مهمترین عوامل جذابیت مصاحبه است. چه بسا مصاحبه با یک کارمند ساده آموزش، نگیهان با سابقه و یا یک دانشجوی عادی، بسیار جذاب و خواندنی باشد.

بهرتر است نشریات دانشجویی از مصاحبه با اشخاصی و مسؤولانی که از محبوبیت در جامعه دانشگاهی برخوردار نیستند و یا بین گفته‌های آنها و دانشگاه ارتباطی وجود ندارد، حتی‌الامکان پرهیز کنند.

لازم است برای انجام مصاحبه در نشریات دانشجویی شخصی را انتخاب نمود که به طور مستقیم با سوژه مصاحبه و جامعه دانشگاهی در ارتباط باشد، هر چند که مصاحبه شونده از مقام بالایی برخوردار نباشد. همینطور برای هر سوژه فردی را انتخاب نمود که بیشترین ارتباط را با سوژه مصاحبه دارد.

بعضی از مصاحبه شونده‌گان تلاش می‌کنند با مشروط کردن مصاحبه‌کننده به تحویل سؤالات قبل از مصاحبه، سؤالات را دریافت نمایند و مهمتر آنکه خودشان را آگاه به قوانین مطبوعات جلوه می‌دهند و تحویل سؤالات مصاحبه را قبل از مصاحبه از وظایف خبرنگار و رسانه می‌دانند.

در این موارد باید گفت هیچ قانون و حکم قطعی وجود ندارد که سؤالات باید قبل از مصاحبه به مصاحبه شونده داده شود و بستگی به توافق طرفین و شرایط کار دارد. با این وجود چون مصاحبه شونده می‌تواند به این بهانه از انجام مصاحبه امتناع کند بهتر است خبرنگار به صورت کلیشه‌ای محورهای مصاحبه را به طور سر بسته به اطلاع او برساند. چون بعضی مواقع دادن قدری اطلاعات به مصاحبه شونده در

خصوص موضوع، مصاحبه را جذاب و خواندنی تر کرده و مصاحبه شونده با آمادگی قبلی و جمع‌آوری آمار و ارقام و اطلاعات لازم، به جذابیت و غنای مصاحبه می‌افزاید. در زمان مصاحبه نیز مصاحبه‌کننده ضمن پرسیدن سؤالات کلیشه‌ای که از قبل به مصاحبه‌شونده داده است، سؤالات اصلی ومد نظر خود را در دل آن سؤالات می‌پرسد. در این صورت بدون وجود اختلاف جدی بر سر تحویل سؤالات، مصاحبه شونده در یک کار انجام شده قرار می‌گیرد.

همچنین لازم است خبرنگار کنترل مصاحبه را در دست گیرد، چرا که بعضی از مصاحبه شونده‌گان با پاسخ‌های کوتاه، گذرا و بی ربط سعی می‌کنند، مصاحبه را به بن بست کشانده و ابتکار عمل را از خبرنگار بگیرند که در این صورت خبرنگار باید با رعایت ادب و پیش کشیدن زوایای دیگر سوژه مصاحبه و یا تغییرسؤالات، مصاحبه را در چارچوب رسالت حرفه‌ای خود، هدمند کرده و اطلاعات لازم را به دست آورد.

بهتر است مصاحبه‌کننده سؤالات تند و سؤالاتی که موجب برانگیخته شدن و واکنش مصاحبه شونده می‌شود را در آخر مصاحبه بپرسد.

تحقیق درباره مصاحبه شونده

قبل از انجام مصاحبه باید در خصوص مصاحبه شونده، خلق و خوی او، ویژگی‌های خاص فردی، ویژگی‌های محل کار، تحصیل و زندگی، موقعیت حقیقی و حقوقی و ... اطلاعات لازم کسب شود تا سؤالات مصاحبه بر اساس آن تنظیم و مصاحبه با شرایط او متناسب و منطبق شود.

به عنوان مثال وقتی با یک استاد تربیت بدنی مصاحبه می‌شود، بهتر است مصاحبه‌کننده، خود با ورزش بیگانه نباشد و هنگام ملاقات برای مصاحبه‌ظاهر خود را متناسب با محیط ورزش نماید و در صورت لزوم با لباس ورزشی برای مصاحبه حاضر شود تا احساس نزدیکی مصاحبه شونده بیشتر شود و خودمانی‌تر به گفت‌وگو بپردازد.

طرح سؤالات مصاحبه

بهترین روش طرح سؤال مصاحبه این است که مصاحبه‌گر ابتدا سؤالات را از قبل آماده نماید و هنگام مصاحبه نیز در بین صحبت‌های مصاحبه شونده هر جا که به نکات تازه‌ای دست یافت که می‌تواند با توجه به آن اطلاعات جدید و بیشتری به دست آورد، پرسش‌های جدیدی را مطرح نماید.

در واقع تعدادی از سؤالات در لحظه مصاحبه با توجه به پاسخ مصاحبه شونده به ذهن مصاحبه‌گر می‌رسد و مطرح می‌شود.

سؤالات مصاحبه‌گر و پاسخ‌های مصاحبه شونده نباید به گونه‌ای باشد که موجب ابهام برای خواننده شود. به عنوان مثال مصاحبه شونده در معرفی خود محل تحصیلش را خارج از کشور اعلام می‌کند، اما نمی‌گوید در کدام کشور تحصیل کرده است و مصاحبه‌گر نیز کشور محل تحصیلش را نمی‌پرسد. در صورتیکه ممکن است برای بسیاری از خوانندگان جالب باشد که بدانند او در کدام کشور خارجی تحصیل کرده است و یا در مصاحبه‌ای که در ادامه همین بخش آورده شده (ص ۲۲۸) خواننده متوجه می‌شود که مصاحبه شونده در دانشگاه تدریس می‌کند، اما این ابهام برای او باقی می‌ماند که یک گزارشگر و مفسر جوان فوتبال چه درسی را در دانشگاه تدریس می‌کند و مصاحبه‌گر هم تا پایان مصاحبه هیچ کمکی به رفع این ابهام نمی‌کند.

سؤالات باید با توجه به اطلاعات به دست آمده از سوژه مصاحبه و در نظرگیری موقعیت و توانایی مصاحبه شونده، طرح شود.

انتخاب مصاحبه‌گر

یکی از کارهای سردبیر انتخاب شخصی است که بتواند مصاحبه را به خوبی انجام دهد. مصاحبه‌گر باید بتواند به خوبی با همه افراد و دانشجویان ارتباط برقرار نموده از قدرت تکلم خوبی نیز برخوردار باشد. در مصاحبه‌های عمومی داشتن اطلاعات عمومی در خوب صحبت کردن نقش اساسی دارد.

مصاحبه‌گر باید بتواند با تسلط بر موضوع مصاحبه، از اطلاعات به‌دست آمده در مراحل گفته شده بالا استفاده کرده و قادر به طرح سؤال واضح و جزئی باشد. هر مصاحبه‌شونده‌ای دارای نقاط قوت و ضعفی است که مصاحبه‌کننده حرفه‌ای با تسلط بر روند مصاحبه و شناخت مصاحبه‌شونده، همیشه یک سؤال غافلگیرکننده را باید در ذهن داشته باشد، تا در وقت ضروری از آن استفاده کند. باید توجه داشت، اگر مصاحبه‌گر چهره‌ای شناخته شده باشد، موجب می‌شود مصاحبه‌شونده راحت‌تر با او ارتباط برقرار کند.

ویژگی‌هایی لازم برای یک مصاحبه‌گر

- ۱- داشتن ذوق و استعداد نویسندگی؛
- ۲- تسلط در شناخت کلمات و ساختار جمله‌ها؛
- ۳- کنجکاوی، تیزبینی و نکته‌سنجی؛
- ۴- داشتن ضریب هوشی متوسط به بالا؛
- ۵- توانایی ایجاد ارتباط با اقشار مختلف؛
- ۶- داشتن صبر و حوصله؛
- ۷- داشتن توانایی جسمانی لازم برای مواقع ضروری؛
- ۸- داشتن قدرت تفکر و تجزیه و تحلیل سریع
- ۹- داشتن عشق و علاقه به کار خبرنگاری؛
- ۱۰- پرهیز از خودبینی، غرور و ...
- ۱۱- نداشتن تعصب، تندخویی و ساده لوحی؛
- ۱۲- وقت‌شناسی و حاضر شدن زودتر از وقت مقرر؛
- ۱۳- همراه داشتن وسایل و امکانات لازم؛
- ۱۴- رعایت ادب و احترام؛

انجام مصاحبه

انجام مصاحبه نیز دارای ضوابط و اصول خاص خود است. مصاحبه کننده باید قلم، کاغذ، ضبط صوت، نوار کاست، باتری و لوازم ضروری برای مصاحبه را در اختیار داشته باشد و با حضور به موقع در مکان هماهنگ شده با مصاحبه شونده، قبل از انجام مصاحبه، با آزمایش و آماده کردن وسایل کار خود، از سالم بودن آنها اطمینان حاصل کند.

مصاحبه‌گر باید سعی کند ذخیره‌ای از وسایل مصرفی مثل نوار کاست، باتری و غیره به همراه داشته باشد تا در صورت نیاز با مشکل مواجه نگردد.

خبرنگار باید ضبط را با توجه به حساسیت گیرنده آن در فاصله مناسب از مصاحبه شونده قرار دهد و در ابتدای نوار موضوع مصاحبه، نام و نام خانوادگی مصاحبه شونده، تاریخ مصاحبه و نکات ضروری دیگر را در ابتدای نوار کاست ضبط کند و همین اطلاعات را، پس از مصاحبه با برچسب روی نوار درج نماید، تا هنگام لزوم به عنوان سند در بایگانی، از نوارهای دیگر قابل شناسایی باشد.

استفاده از ضبط صوت موجب، مستند شدن مصاحبه، پیاده شدن عین عبارت گفته شده، تمرکز مصاحبه‌گر و استفاده کمتر از کاغذ و قلم و فقط نوشتن موارد ضروری و در نهایت برقراری ارتباط چهره به چهره و اهمیت بخشیدن به کار مصاحبه نزد مصاحبه کننده می‌شود.

با این وجود در صورت درخواست مصاحبه شونده برای به کار نگرفتن ضبط صوت، خبرنگار نباید از ضبط صوت استفاده کند. در عین حال نکات مهم مصاحبه را، با سریع و صحیح نوشتن ثبت کند. چون بسیاری از مصاحبه شونده‌ها به دلیل ضبط شدن و مستند شدن صحبت آنها، از ضبط صوت هراس دارند و دچار نوعی اضطراب و خود سانسوری می‌شوند.

برای شروع، مصاحبه‌گر باید با رعایت ادب توضیحات بیشتری در خصوص هدف مصاحبه و به کارگیری آن ارایه نماید و در ابتدا با پرسش سؤال کلی و تا حدی آزاد

گذاشتن مصاحبه شونده، زمینه راحت تر و صمیمی صحبت کردن را برای او فراهم کند.

مصاحبه گر باید با عملکرد خود هنگام مصاحبه، مصاحبه کننده را برای صحبت کردن بیشتر تشویق کند. مصاحبه کننده می تواند با حرکات سر و تأیید سخنان مصاحبه شونده، ثبت نکات مهم گفته های او، لبخند زدن و رفتار متناسب دیگر، مصاحبه شونده را تشویق به صحبت کردن رضایتمندانه کند. در واقع شرایط را به گونه ای فراهم کند که مصاحبه شونده احساس کند در یک فضای دوستانه گفت و گو می کند نه یک مصاحبه رسمی.

یکی از شگردهای جذابیت مصاحبه و به وجود آوردن فضای صمیمی در مصاحبه استفاده از سؤالات «فانتزی» می باشد. که می توان این سؤالات را به دو دسته تقسیم کرد.

دسته اول سؤالات کلی و عمومی که همه مردم در زندگی با آن ارتباط دارند سؤالاتی مانند «بهترین کتابی که خوانده اید»، «بهترین فیلمی که دیده اید»، «رنگ مورد علاقه»، «بزرگ ترین آرزو»، «گل مورد علاقه»، «آرزوی برآورده نشده» و ... دسته دوم سؤالاتی که با توجه به موقعیت و شخصیت مصاحبه شونده شناور و متغیر است. به عنوان مثال از یک استاد دانشگاه واژه «دانشگاه»، از یک فوتبالیست واژه «زمین چمن»، و از یک دانشجو واژه «مشروطی» یا «غذای سلف» و ... پرسیده می شود.

مصاحبه کننده پس از فراهم کردن شرایط و پرسیدن سؤالات کلی و در صورت نیاز فانتزی، باید با تسلط بر مصاحبه وارد سؤالات جزئی و دقیق تر شود و سعی خود را به کارگیرد تا جواب روشن و کافی را دریافت کند.

مصاحبه کننده باید دقت کند که سؤالات جزئی روال منطقی طی کند و قسمت به قسمت پرسیده شود و تا در یک زمینه ای پاسخ کامل نگرفت سر صحبت را برای زمینه های دیگر باز نکند. در واقع نباید از شاخه ای به شاخه ای دیگر بپرد.

چون در این صورت ابتکار عمل از دست مصاحبه کننده خارج شده و هدف مصاحبه فراموش می شود و مصاحبه شونده با جواب های کوتاه و ناقص به سؤالات مختلف، مصاحبه را از کنترل خارج می کند که در نهایت باعث می شود پاسخ او به سؤالات نا کافی و مصاحبه ضعیف و ناقص باشد.

فواید پرسش سؤالات جزئی و دقیق عبارتند از:

- مصاحبه شونده متوجه شود که خبرنگار دارای اطلاعات کامل در مورد موضوع مصاحبه است. لذا مجبور می شود اطلاعات درست و دقیق تر بدهد و پاسخ او نیز جزییات را روشن خواهد کرد.

- کنترل مصاحبه به دست مصاحبه کننده است و مصاحبه شونده نمی تواند با حاشیه رفتن موضوع مصاحبه را منحرف سازد لذا مدت مصاحبه کوتاه تر خواهد شد.
- مصاحبه شونده به طور مستقیم با سؤالات دقیق روبه رو شده و درایت، توانمندی، دیدگاه و ... وی در خصوص موضوع مصاحبه آشکار می گردد و نمی تواند چیزی را از دید خبرنگار پنهان نگاه دارد.

عیب پرسیدن سؤالات جزئی عبارتند از:

- به علت پرسیدن جزییات و کسب اطلاعات جزئی و دقیق از موضوع مصاحبه و توانمندی و جدیت مصاحبه کننده در گرفتن اطلاعات دقیق تر، باعث می شود مصاحبه از حالت دوستانه خارج شود و مصاحبه شونده احساس خطر کند.
- مصاحبه شونده سعی می کند اطلاعات کافی به مصاحبه کننده ندهد. در واقع سعی می کند کم تر حرف بزند تا در طول مصاحبه نقطه ضعف کمتری از او گرفته شود.

بعضی مواقع مصاحبه شونده از پاسخ گویی امتناع می کند و یا طفره می رود، بهتر است برای وادار کردن وی به پاسخ گویی مقداری او را تحریک کرده و به اصطلاح خودمانی، کمی او را شارژ کرد.

به عنوان مثال خبرنگاری از وزیر نفت در مورد قراردادهای نفتی و فروش نفت سؤال می‌کند، اما وزیر نفت از پاسخگویی طفره می‌رود، خبرنگار در ادامه واکنش وزیر نفت می‌پرسد: درست است که درصدی از قراردادهای فروش نفت به جیب کسانی که قرارداد را منعقد می‌کنند از جمله شما می‌رود؟ در این موارد شخص مجبور است برای میرا کردن خود از اتهام پاسخ دهد و بگوید نه، گفتن نه، در واقع شروعی برای پاسخ گفتن به سؤالات خبرنگار است.

ایجاد پارازیت در مصاحبه

پارازیت به مجموعه عواملی گفته می‌شود که در برقراری ارتباط و انجام مصاحبه اختلال و اشکال ایجاد می‌کند و ممکن است از طرف مصاحبه شونده یا مصاحبه‌کننده ایجاد شود.

پارازیت‌هایی که از مصاحبه شونده ناشی می‌شود عبارتند از:^۳

– بی‌حوصلگی و عدم تمرکز مصاحبه شونده؛

– ساکت و کم حرف بودن و پاسخ‌های کوتاه یا مبهم؛

– نگرش نادرست مصاحبه‌شونده از مصاحبه‌کننده؛

– ازابه اطلاعات نادرست؛

– خروج مصاحبه شونده از مسیر اصلی صحبت؛

در همه موارد بالا ابتکار و درایت مصاحبه‌کننده می‌تواند مصاحبه را از حالت بن‌بست خارج کند و با به کارگیری روش‌های خلاقانه موانع مصاحبه را تا حدی برطرف سازد.

به عنوان مثال برای رفع پارازیت بی‌حوصلگی و عدم تمرکز مصاحبه شونده، می‌توان همین موضوع بی‌حوصلگی او را برای شروع مصاحبه موضوع صحبت قرار داد. (حسین قندی، استاد دانشگاه)

۱- روش‌های مصاحبه خبری، مهدی محسنیان راد

در مورد پارازیت کم حرف بودن مصاحبه شونده می توان با سؤالات جزئی او را مجبور به ارایه پاسخ کامل تر نمود. در واقع باید یک موضوع به چند قسمت تقسیم شود و سؤالی مطرح گردد که با جمع کردن پاسخ های کوتاه به این سؤالات، به یک جواب کامل دست پیدا کرد.

در بعضی مواقع نیز مصاحبه شونده پاسخ به سؤال مصاحبه را با سخنرانی در یک مراسم اشتباه می گیرد و با سخنان طولانی موضوع مصاحبه را تغییر می دهد. در این مورد لازم است خبرنگار با رعایت احترام، به گونه ای که به مصاحبه شونده بر نخورد و سخنان او در نقطه ای مناسب گسسته شود، صحبت او را قطع کند و با جمع بندی کوتاه صحبت او، به ویژه دو سه جمله آخر سخنان او، سؤال مشخصی را مطرح کند.

مصاحبه شونده همین کار را می تواند در ادامه مصاحبه تکرار کند. توصیه می شود در صورت مفید بودن گفته های مصاحبه شونده و برای تشویق او، از گفته های او یادداشت برداری شود و با تکان دادن سر و چهره های خوش همراه با تبسم و در پاره ای از موارد با ادامه دادن سخنان او و گفتن فعل جمله ای که می خواهد بگوید و یا در مواقعی که مصاحبه شونده در ادامه کلمات می ماند و به دنبال واژه ای برای ادامه گفته هایش به ذهن خود فشار می آورد با گفتن کلمه ای مناسب برای کمک به ادامه صحبت و کامل شدن جملات او، به نوعی به مصاحبه شونده فهمانده شود که تمام دقت و حواس به سخنان او است تا او بیشتر به دادن اطلاعات ترغیب شود و هرگاه سخنان او بی ربط شد، دست از یادداشت برداری بر دارد و فقط به او نگاه کند و در پی فرصت مناسب باشد تا سخنان او را قطع کند و سؤال جدید را بپرسد.

پارازیت‌هایی که منشا آن مصاحبه کننده است عبارتند از:

- قطع بی‌موقع صحبت مصاحبه‌شونده؛
- طرح سؤال بی‌موقع؛
- درگیر شدن با مصاحبه‌شونده و تبدیل مصاحبه به یک محاکمه و بازجویی؛
- مچ‌گیری

سبک‌های تنظیم مصاحبه

- سبک تنظیم مصاحبه به شکل خبر؛
- سبک تنظیم مصاحبه به صورت گزارش؛
- سبک تنظیم مصاحبه به صورت سؤال و جواب (تاریخی)؛
- سبک تنظیم مصاحبه به صورت تحلیل و مقاله؛

تنظیم مصاحبه به شکل یک خبر

تنظیم مصاحبه به شکل خبری حاوی اطلاعات جدیدی است که قبل از آن انتشار نیافته است و هدف آن کسب اطلاعات صریح و سریع از موضوع خبری روز برای خوانندگان است که به صورت خبر تنظیم می‌شود.

در این نوع مصاحبه ابتدا مهمترین محورها و مطالب گفته شده در مصاحبه، در پاراگراف اول یا لید می‌آید و به طور معمول لید نقل قولی است که در آن مهمترین گفته مصاحبه‌شونده آورده می‌شود.

این نقل قول می‌تواند نقل مستقیم یا غیر مستقیم باشد. البته نیازی نیست همه گفته‌های مصاحبه‌شونده منتقل شود، بلکه باید با توجه به اهمیت موضوع، اطلاعات به دست آمده، شهرت شخص مصاحبه‌شونده، مقداری از مهمترین

بخش‌های مصاحبه را برای تنظیم به شکل خبر انتخاب کرد. ممکن است یک مصاحبه بیشتر از دو ساعت طول بکشد، اما فقط چند دقیقه آن در حد چند سطر برای خبر، مفید باشد.

در تنظیم این نوع مصاحبه نام و نام خانوادگی شخص مصاحبه شونده و یا سمت او در پاراگراف اول (مقدمه) آورده می‌شود و یا نشریه‌ای که مصاحبه را انجام داده به عنوان منبع ذکر می‌گردد.

اگر یک نشریه مصاحبه‌ای انجام داده باشد، که نشریه‌ای دانشجویی از آن مصاحبه در نشریه خود استفاده کند باید منبع اصلی مصاحبه را در مقدمه یا پاراگراف اول مصاحبه نقل کند.

مثال:

آندرانیک تیموریان مشهور به «آندو» از معدود بازیکنان تیم ملی کشورمان است که علی‌رغم انتقادات فراوان به بازیکنان تیم ملی در بازی‌های جام جهانی ۲۰۰۶ آلمان، با دوندگی‌های بی‌امان و خستگی ناپذیر خود، خوش درخشید و پس از این بازی‌ها نیز پیشنهادهایی از بعضی تیم‌های اروپایی از جمله تیم‌های انگلیسی داشته است.

او که تا قبل از جام جهانی در تیم شهرستانی ابومسلم مشهد (خراسان) بازی می‌کرد و اگر مصدومیت فریدون زندی نبود هیچگاه با تفکرات محتاطانه برانکو فرصت خودنمایی پیدا نمی‌کرد، این روزها به جهانی شدن می‌اندیشد. نشریه «جهان فوتبال» گفت و گویی با این جوان ورزشکار انجام داده که به جهت جالب بودن و جذابیت آن برای خوانندگان دانشجوی، این مصاحبه را در این شماره «آرمان» درج کرده‌ایم که می‌خوانید.

و سپس در ادامه مصاحبه انجام شده توسط نشریه منبع در این نشریه دانشجویی آورده می‌شود.

در تنظیم مصاحبه به صورت خبری سؤالات و جواب‌ها پشت سر هم نوشته نمی‌شود، بلکه پس از لید مهمترین محور انجام مصاحبه در قالب جواب‌های کوتاه و مختصر آورده می‌شود و به جای آوردن سؤال به عبارت: «وی در پاسخ سؤالی در

مورد... گفت: «...» «وی در خصوص این سؤال که ... افزود:»، «وی همچنین اظهار داشت: «... اکتفا می‌شود.

بعضی مواقع نیز مصاحبه‌های غیر خبری نیز به این روش پردازش می‌شوند. البته این بیشتر در مواقعی است که به دلیل کمبود جا در صفحه، کم اهمیت بودن موضوع، ضعف کمی و کیفی مصاحبه، قدیمی شدن موضوع مصاحبه، موقعیت حقیقی و حقوقی پایین مصاحبه شونده و ... از این روش استفاده می‌شود.

مثال:

مدیر اجرایی طرح توسعه دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی تهران:

دانشگاه تهران

تا خیابان های وصال، کارگر و بلوار کشاورز امتداد می‌یابد

دکتر محمدرضا بهبهانی؛ در گفت و گو با خبرنگار ما اعلام کرد: بر اساس بند تبصره ۲۱ قانون بودجه سال ۸۳، ۲۰۰ میلیون دلار بودجه برای اجرای طرح توسعه دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی در نظر گرفته شده است. وی افزود: در حال حاضر بودجه مصوب طرح توسعه دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی تهران به سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی ابلاغ شده است و دانشگاه به دنبال تدوین آیین نامه اجرایی این طرح است. مدیر اجرایی طرح توسعه دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی تهران با اشاره به محدوده تملک دانشگاه تهران در این طرح گفت: محدوده این طرح از قسمت شمالی تا بلوار کشاورز، از غرب تا خیابان کارگر و از شرق تا خیابان وصال شیرازی است که در قسمت شمالی حدود ۷۵ درصد و در ساخت و سازهای غرب و شرق حدود ۱۰ درصد، تملک صورت گرفته است.

تنظیم مصاحبه به صورت گزارش

در تنظیم این نوع مصاحبه اگر پرسش‌ها و پاسخ‌ها و تنظیم آنها به شکل خبر جذابیت خوبی نداشته باشد و یا میزان محتوای مصاحبه در حد معمول یک مصاحبه نباشد، اما مطالب کامل‌تر از تنظیم مصاحبه به شکل خبر باشد، می‌توان از آن گزارش تهیه کرد، که کامل‌تر از تنظیم مصاحبه به شکل خبری است در مواقعی که موضوع مصاحبه دارای ابعاد، فضا سازی، توصیف و تصویرپردازی مناسب باشد نیز می‌توان آن را به صورت گزارش منعکس نمود.

این سبک در نشریات دانشجویی برای مصاحبه با اشخاص مشهور و یا گزارشی از نارسایی‌ها، رویدادهای دانشگاهی، اعتصابات و ... که در آن از شاهدان رویداد مصاحبه می‌شود، کاربرد دارد.

در مواقعی نیز، این نوع مصاحبه تلفیقی از اطلاعات جمع آوری شده توسط خبرنگار و اطلاعات داده شده، توسط مصاحبه شونده‌گان است که تا حدودی شکل داستانی پیدا می‌کند.
مثال:

رییس صندوق رفاه دانشجویان کشور در گفت و گو با ایسجا:

دانشجویان ۲۱۰۰ میلیارد ریال بدهکارند

گروه اجتماعی - مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌های کشور، دو هزار و ۱۰۰ میلیارد ریال به صندوق رفاه دانشجویان کشور بدهکاری دارند.
رییس صندوق رفاه دانشجویان کشور ضمن بیان این مطلب افزود:
این میزان بدهی که در قالب تسهیلات مسکن، بیمه، ازدواج، وام

ضروری، تک نوبتی و ودیعه مسکن پرداخت شده مربوط به دانشجویان دانش‌آموخته سال‌های ۷۸ تا ۸۳ است.

وی گفت: صندوق رفاه دانشجویان در سال ۷۸، یک هزار و ۶۹۰ میلیارد ریال تسهیلات در اختیار ۱۲۷ هزار تن از دانشجویان دوره‌های روزانه، شبانه و پیام نور قرار داده که برخلاف انتظار از این میزان تنها ۷۸۰ میلیارد ریال بازپرداخت شده است.

وی خاطر نشان کرد: این صندوق برای بازپرداخت تسهیلات اعطایی و پیگیری بدهی‌های خود، با همکاری دانشگاه‌ها و اداره‌های پست، برگه‌های اختاریه صادر و به در منزل دانش‌آموختگان ارسال کرده است.

وی در گفت‌وگو با خبرنگار ما یادآور شد به همین منظور از آغاز سال جاری تاکنون، ۳۱ هزار برگ اختاریه صادر و به دانش‌آموختگان ابلاغ شده است وی گفت: این صندوق، ۸۳۰ میلیارد ریال در سال تحصیلی ۸۱-۸۰ به صورت تسهیلات تحصیلی در اختیار دانشجویان مجرد و متاهل قرار داد، که نسبت به سال قبل از آن ۶۰ درصد افزایش داشت.

رییس صندوق رفاه دانشجویان کشور با اعلام افزایش وام ازدواج از رقم یک میلیون و ۵۰۰ هزار ریال به چهار میلیون ریال در سال تحصیلی ۸۲، افزود: صندوق رفاه، ۱۳۰ میلیارد ریال به صورت تسهیلات ازدواج در اختیار دانشجویان قرار داد.

وی خاطر نشان کرد: علاوه بر این، صندوق رفاه در سال تحصیلی ۸۲، مبلغ ۱۳۵ میلیارد ریال به صورت تسهیلات بیمه و وام‌های ضروری به دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور و دوره شبانه پرداخت شد.

وی اظهار داشت: برای تأمین، حمل و بهبود کیفیت غذا در سراسرهای غذاخوری دانشگاه‌ها، در سال ۸۲ حدود ۵۲ میلیارد ریال در قالب یارانه در نظر گرفته شده است.

رییس صندوق رفاه دانشجویان گفت: به منظور تجهیز خوابگاه‌های دانشجویی و سراسرهای غذاخوری دانشگاه‌های کشور نیز امسال دو میلیارد ریال اختصاص یافته است.

تنظیم مصاحبه به صورت سؤال و جواب (تاریخی)

در این مصاحبه، ابتدا مقدمه‌ای در مورد اهمیت مصاحبه، علل و انگیزه‌های انجام آن، ترسیم فضای مصاحبه، معرفی اشخاص مصاحبه شونده، فعالیت‌ها، آثار، تألیفات آنها به صورت کوتاه و مختصر آورده می‌شود که به صورت حروفی متفاوت با متن مصاحبه نوشته می‌شود.

ترتیب سؤالات پرسیده شده با توجه به فاکتور زمانی است.

البته باید ارتباط بین سؤالات برقرار باشد و اولویت‌ها به گونه ای لحاظ شود که سؤالات به صورت زنجیره ای با هم رابطه داشته باشند و موجب کامل شدن مفهوم مصاحبه شود.

تنظیم مقدمه مصاحبه

پس از انجام مصاحبه، در مرحله تنظیم و نگارش، لازم است در ابتدای آن مقدمه‌ای آورده شود. زاویه نگاه ورود به مقدمه مختلف است، اما 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 می‌کند.

هر چه مقدمه روان‌تر، صمیمی‌تر و خودمانی‌تر باشد، مصاحبه خواندنی‌تر شده و خواننده احساس نزدیکی بیشتری با مصاحبه می‌کند.

توصیف، فضا سازی، بیان شرایط پیرامون مصاحبه، از جمله گرمی و سردی هوا، دوری و نزدیکی راه، کوچکی یا بزرگی فضای مصاحبه، خوش‌رویی یا تندخویی مصاحبه شونده، نوع پوشش، ترسیم چهره و حالت مصاحبه شونده به خصوص قبل از شروع رسمی مصاحبه، همراهان مصاحبه‌گر و مصاحبه شونده، دیر یا زود انجام شدن مصاحبه و ... باعث می‌شود، خواننده خود را در محل انجام مصاحبه حاضر و احساس رابطه ای نزدیک با مصاحبه داشته باشد.

مثال:

روزهای زندگی یک ورزشکار؛ فوتبال همه زندگی من است

وقتی نزدیک به هشت سال پیش یک جوان کم سن و سال و بی نام و نشان شهرستانی در شبکه سوم سیما ظاهر شد و مثل یک کامپیوتر در خصوص فوتبال جهان و بازیکنان تیم‌های مختلف اطلاعات گوناگونی در اختیار بینندگان قرار می‌داد، خیلی‌ها ظهور یک مفسر و گزارشگر خوب را در ایران نوید می‌دادند، پس از گذشت چند سال این پیش‌بینی به واقعیت پیوست. طولی نکشید که آن نوجوان یک گزارشگر خوب ورزشی شد و جای گزارشگران مطرح دیگر نشست. او در چند سال اخیر بارها به عنوان بهترین گزارشگر سیما انتخاب شد و به طور قطع در سال‌های آتی حرف‌های بسیاری از او خواهیم شنید.

او ما را، به گرمی لحظاتی که در تلویزیون فوتبال گزارش می‌کند، به حضور می‌پذیرد. جوانی که بر خلاف اندام لاغرش، توانایی گزارشگری بسیار بالایی دارد. در گفت و شنودی خودمانی با چهره همیشه بشاش، به ما خوش آمد، می‌گوید. جوان گرمی است و زود خودمانی می‌شود به گونه‌ای می‌خندد که احساس می‌کنیم، صدای خنده او را مثل همیشه از برنامه‌های تلویزیونی او می‌شنویم. و هنوز سخت است تصور کنیم صدای او را به طور زنده و واقعی از خود او می‌شنویم. بله، او کسی جز عادل فردوسی پور نیست.

پس از لحظاتی با گفتن مقدمه‌ای کوتاه مصاحبه را شروع می‌کنیم.

- آقای فردوسی پور اهل کدام شهر است؟

در شهر رفسنجان متولد شده‌ام.

- چه چیزی باعث شد به سمت ورزش کشیده شوید؟

علاقه‌ام باعث شد به این وادی کشیده شوم. در زمان کودکی به ورزشگاه‌های

مختلف می‌رفتم و بازی فوتبال را تماشا می‌کردم.

- شما مدتی هم فوتبال بازی می‌کردید، اما چرا فوتبال را نیمه کاره رها کردید؟

به دلیل وضعیت جسمانی نتوانستم فوتبال بازی کنم و به ناچار این ورزش

مفرح و جذاب را رها کردم.

- میزان علاقه شما به فوتبال چقدر است؟
- فوتبال همه‌ی زندگی من است و از بچگی عشق این ورزش را داشتم و همیشه آرزو می‌کردم روزی یک فوتبالیست حرفه‌ای شوم، اما وقتی دیدم توانایی انجام این کار را ندارم، تصمیم گرفتم به طریقی دیگر این ورزش را دنبال کنم.
- در حال حاضر فوتبال بازی می‌کنید؟
- روزهای جمعه با دوستان قدیمی‌ام در مجموعه ورزشی انقلاب چند ساعتی فوتبال بازی می‌کنیم.
- ورزش فوتبال به درس و تحصیل شما لطمه نزد؟
- خیر. من برنامه‌ریزی کرده بودم که در هر دو مقطع موفق بشوم. جالب است بدانید که شب کنکور، برزیل بازی داشت و من تا آخر آن بازی را تماشا کردم و هیچ مشکلی به وجود نیامد.
- رمز موفقیت شما چیست؟
- پشتکار، علاقه و جمع‌آوری اطلاعات به روز فوتبال.
- هنوز در دانشگاه تدریس می‌کنید؟
- به صورت تمام وقت خیر، ولی در هفته چند کلاس دانشگاهی را تدریس می‌کنم.
- در کلاس‌هایتان از فوتبال هم حرف می‌زنید؟
- خیر، در دانشگاه تمام فکر و ذهن من آموزش به دانشجویانی است که شیفته یادگیری‌اند.
- ورود شما به عرصه تلویزیون و گزارشگری چگونه بود؟
- سال ۷۴ دو بار تست دادم و قبول نشدم، اما هیچ‌گاه ناامید نشدم و سال بعد یعنی ۷۵ وارد کار تلویزیون و گزارشگری شدم و همچنان به این کار ادامه می‌دهم.
- از کارتان راضی هستید؟
- بله، به کارم عشق می‌ورزم.
- از چه طریقی به اطلاعات روز دنیا دست پیدا می‌کنید؟
- سعی می‌کنم با استفاده از مجلات خارجی و اینترنت به جدیدترین اطلاعات روز دسترسی پیدا کنم.

- مهمترین بازی را که گزارش کرده اید کدام مسابقه بوده است؟
 فینال جام جهانی ۲۰۰۲ ژاپن و کره جنوبی که بین دو کشور برزیل و آلمان برگزار شد.

- گزارش کدام مسابقه برایتان جالب بوده است؟
 مسابقه دو تیم منچستر و بایرن مونیخ در فینال جام قهرمانی باشگاه‌های اروپا جذاب‌ترین و در عین حال سخت‌ترین دیداری بود که گزارش کردم، زیرا سرنوشت بازی در دو دقیقه پایانی عوض شد و باید به نوعی من این هیجان را به بینندگان منتقل می‌کردم.
 - دوست دارید کدام بازی را گزارش کنید؟
 خیلی دوست دارم بازی ایران و انگلیس را در ورزشگاه ویمبلی لندن گزارش کنم.

- تا به حال برای گزارش به کشورهای اروپایی سفر کرده‌اید؟
 به کشورهای اروپایی نه ولی برای گزارش بازی ایران و امارات به این کشور سفر کردم.

- آیا عادل فردوسی پور بهترین مفسر فوتبال است؟
 اگر نظر خودم باشد می‌گویم نه، ولی شاید مردم توانایی‌هایی را در من دیده‌اند که چنین عنوانی را برایم در نظر گرفته‌اند. به هر حال این مردم عزیز به بنده لطف دارند و من شرمند محبت آنها هستم.

- اوج کار شما چه زمانی بود؟

به اعتقاد خودم جام ملت‌های ۹۶.

- راستی عادل فردوسی پور طرفدار چه تیمی است؟

اگر بگویم طرفدار هیچ تیمی نیستم، دروغ گفته‌ام ولی سعی می‌کنم هیچ وقت در گزارش‌هایم آن را بروز ندهم.

- مردم در این باره چه می‌گویند؟

خوشبختانه پنجاه درصد از مردم می‌گویند طرفدار قرمز هستم و پنجاه درصد دیگر می‌گویند طرفدار آبی هستم که این موضوع باعث خوشحالی من است.

- یک سؤال دیگر... چرا مدتی بازی‌های تیم ملی را گزارش نمی‌کردید؟

بعضی‌ها فکر می‌کردند من برای تیم ملی نحس هستم و تا حدودی خودم هم این موضوع باورم شده بود... البته شوخی کردم...

- گزارش در رادیو مشکل تر است یا تلویزیون؟

گزارش در تلویزیون مشکل تر است. زیرا بینندگان مسابقه را می بینند و در جریان کلیه اتفاقات قرار می گیرند، به همین دلیل اگر اشتباهی از ما سر بزند بلافاصله متوجه می شوند. به طور کلی گزارش در رادیو یک کار مرده است و من هیچ علاقه‌ای به آن ندارم.

- اگر یک فوتبالیست حرفه‌ای بودید از انتقاد گزارشگران ناراحت

می شدید؟

به دلیل وضعیت جسمانی نتوانستم فوتبال بازی کنم و در صورتی که یک فوتبالیست حرفه‌ای بودم، به طور یقین از انتقاد گزارشگران ناراحت نمی شدم، بلکه به دنبال رفع معایب خود بودم تا آنها را برطرف کنم.

- شنیده ایم متأهل شده‌اید؟

بله، به تازگی ازدواج کرده‌ام.

- چه معیارهایی برای انتخاب همسر در نظر داشتید؟

مثل تمام ایرانیان ملاک من برای انتخاب همسر؛ نجابت، پاکی و شخصیت خانوادگی بود.

- آیا در مسایل مختلف با همسرتان مشورت می کنید؟

صددرصد. در تمام کارهایم با همسرم مشورت می کنم و باید بگویم او نقش بسزایی در موفقیت‌های من داشته است.

- در کارهای خانه به او کمک می کنید؟

تا آنجایی که وقت کنم کمک می کنم، ولی بیشتر کارهای خانه را همسرم انجام می دهد.

- دوست دارید روزی فرزند شما فوتبالیست شود؟

بستگی به نظر خودش دارد. ولی من دوست دارم فرزندم اگر پسر بود، مهندس بشود.

- زبان انگلیسی در پیشرفت شما تاثیر داشته است؟

بله. اگر انگلیسی بلد نبودم، هیچ وقت نمی توانستم به اطلاعات روز و مهم فوتبال دسترسی پیدا کنم.

- چرا برنامه نود را تهیه کردید؟

احساس می کردم جای چنین برنامه ای در تلویزیون خالی است.

- ولی خیلی ها می گویند برنامه نود دنبال جنجال است!

هرگز، در این برنامه قصد داریم مشکلات فوتبال ایران را بررسی کنیم تا سطح فوتبال ایران افزایش یابد.

- حالا... چند سؤال فانتزی! کتاب می‌خوانید؟

بله. به خواندن کتاب علاقه دارم و از کتابخوانی لذت می‌برم.

- آخرین باری که به سینما رفتید چه تاریخی بود؟

به دلیل مشغله کاری مدت‌هاست که وقت نکرده‌ام به سینما بروم.

- هنرپیشه مورد علاقه‌تان؟

استاد عزت‌ا... انتظامی.

- بزرگترین آرزوی شما؟

سربلندی ایران و ایرانی.

- شاعر مورد علاقه؟

حافظ، از خواندن شعرهای او خیلی لذت می‌برم.

- طرفدار کدام تیم خارجی هستید؟

برزیل.

- حرف آخر؟

امیدوارم همیشه در اهدافتان موفق باشید. از لطف و نظر شما نسبت به بنده

کمال تشکر را دارم.

نکاتی که مصاحبه‌گر باید هنگام مصاحبه رعایت کند

مصاحبه‌گر باید دقت کند از مطرح کردن سؤالات حساسیت‌زا در ابتدای مصاحبه پرهیز نماید و با یک روال منطقی ابتدا به صورت کلی مهمترین سؤالات را مطرح نموده، تا پس از به وجود آمدن ارتباط مناسب و برقراری رابطه دوستانه، همچنین به‌دست آوردن اطلاعات کافی از فضای مصاحبه و آشنایی بیشتر از مصاحبه شونده و فراهم شدن زمینه لازم برای سؤالات جزئی، در انتهای مصاحبه سؤالات حساسیت‌زا را مطرح کند.

همچنین مصاحبه‌گر در ابتدای مصاحبه باید با طرح سؤالات کلی دست مصاحبه‌شونده را تا حدودی باز بگذارد تا به دلخواه خود، توضیحاتی را که لازم می‌داند شرح دهد. وقتی که مصاحبه شونده آنچه که خود ترجیح داد بیان نمود، مصاحبه‌گر می‌تواند سؤالات جزئی خود را مطرح نماید و پاسخ هر سؤال را به طور مشخص دریافت نماید.

نکاتی که در مصاحبه باید رعایت شود:

- ۱- وقت مصاحبه از قبل هماهنگ شود.
- ۲- علت مصاحبه به مصاحبه شونده گفته شود.
- ۳- شماره تماس و آدرس به مصاحبه شونده داده شود تا در مواقع ضروری بتواند تماس بگیرد.
- ۴- سر ساعت توافق شده برای مصاحبه حاضر شود.
- ۵- سؤالات مکتوب خود را آماده کرده باشد.
- ۶- در صورت امتناع مصاحبه شونده از پاسخگویی به بعضی از سؤالات خصوصی و امنیتی، پافشاری نکند .
- ۷- وقت مصاحبه شونده در نظر گرفته شود و در صورت کم بودن وقت با رعایت ادب تقاضای وقت بیشتری نماید .

- ۸- یادداشت مطالب دقیق باشد و گفته‌های مصاحبه شونده را به سلیقه خود تفسیر نکند.
- ۹- پس از پایان مصاحبه از مصاحبه شونده تشکر کند.
- ۱۰- نام و سمت مصاحبه شونده و تاریخ مصاحبه در گزارش آورده شود.
- ۱۱- پس از پیاده شدن و تنظیم مصاحبه از آوردن کلمات اضافی و تکراری خوداری شود و با جملاتی روان، نکات دستوری و ویرایشی رعایت شود. همچنین ساختار مصاحبه از قلم و انشایی مناسب با برخوردار باشد.
- ۱۲- سعی شود جملات متن مصاحبه کوتاه باشد و در جملات حداکثر ۲۰ کلمه‌ای تنظیم گردد.
- ۱۳- قبل از چاپ مصاحبه در نشریه نسخه نهایی برای مصاحبه شونده ارسال و نظر نهایی او خواسته شود و در صورت اظهار نظر در مصاحبه اعمال شود.

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

- مصاحبه از جهت حلقه های ارتباطی؛
- مصاحبه از نظر نوع ارتباط؛
- مصاحبه از نظر محتوایی؛
- مصاحبه از نظر نقش مصاحبه کننده؛
- مصاحبه از نظر معنی؛
- مصاحبه از نظر وسیله نهایی ارسال پیام؛

مصاحبه از جهت حلقه های ارتباطی

مصاحبه فردی یک به یک: مصاحبه گر یک نفر و مصاحبه شونده نیز یک نفر است. مثل بسیاری از مصاحبه هایی که به طور معمول در نشریات استفاده می شود و یک خبرنگار از یک شخص مناسب با موضوع مصاحبه می کند.

مصاحبه فردی یک به چند: مصاحبه گر یک نفر و مصاحبه شونده چند نفر هستند. در این نوع مصاحبه یک خبرنگار از چند نفر مصاحبه و گفت و گو می کند.

مصاحبه گروهی چند به یک: مصاحبه گر چند نفر، مصاحبه شونده یک نفر است. در این نوع مصاحبه چند خبرنگار از یک نفر مصاحبه می کنند. مثل جلسات هفتگی سخنگوی دولت با خبرنگاران که به سؤالات چندین خبرنگار پاسخ می دهد.

مصاحبه گروهی چند به چند: مصاحبه گر چند نفر، مصاحبه شونده نیز چند نفر هستند. در این نوع مصاحبه چند خبرنگار از چند مصاحبه شونده مصاحبه می کنند. مثل نشست مطبوعاتی شورای مرکزی یک تشکل دانشجویی که با حضور خبرنگاران نشریات مختلف و مطبوعات سراسری انجام می شود.

مصاحبه از نظر نوع ارتباط

مصاحبه رو در رو: مصاحبه گر و مصاحبه شونده در یک مکان در مقابل هم گفت و گو می کنند.

مصاحبه با واسطه: این مصاحبه به وسیله تلفن، اینترنت یا هر وسیله ارتباطی دیگر انجام می شود.

مصاحبه از نظر محتوا

مصاحبه سطحی: مصاحبه ای است که در آن موضوعات متعدد مورد گفت و گو قرار می گیرد و بررسی موضوع و سوژه مصاحبه ریشه ای و عمیق نیست.

مصاحبه عمیق: موضوعی خاص مطرح و جزئیات آن شکافته و ریشه‌یابی می‌شود. مثل یک گفت‌وگوی دوطرفه که یک‌سوی آن روزنامه‌نگار یا خبرنگار حرفه‌ای و در سوی دیگر فرد صاحب‌اندیشه و متخصص متناسب با موضوع مصاحبه در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، هنری، اجتماعی و ... قرار دارد. این نوع مصاحبه در نشریات تخصصی کاربرد بیشتری دارد.

مصاحبه تک موضوعی: فقط در مورد یک موضوع انجام می‌شود و نظر اқشار و اشخاص مختلف جمع‌آوری می‌شود. مثل مصاحبه‌ای که نشریه دانشجویی از معاون آموزشی دانشگاه فقط در مورد موضوع وضعیت آموزشی دانشگاه انجام می‌دهد.

مصاحبه چند موضوعی: در این نوع مصاحبه به چند موضوع در یک مصاحبه پرداخته می‌شود. به عنوان مثال یک نشریه دانشجویی در مصاحبه با رییس دانشگاه سؤالاتی در زمینه‌های مختلف از جمله سلف، خوابگاه، وضعیت آموزشی، کتابخانه، مرکز اطلاع‌رسانی، وام دانشجویی و ... به صورت سطحی می‌پرسد.

مصاحبه از نظر نقش مصاحبه‌کننده

مصاحبه هدایت‌شده (بسته): در آن مصاحبه‌شونده و مصاحبه‌گر در محدوده‌ای از قبل تعیین‌شده و بسته درباره موضوعاتی خاص و مشخص صحبت می‌کنند.

مصاحبه آزاد(باز): مصاحبه‌گر آزاد است تا در مورد مسایل دلخواه سؤال کند.

مصاحبه از نظر معنا

مصاحبه بدون مطالعه قبلی: در این نوع مصاحبه، مصاحبه‌کننده به سبب محدودیت زمانی، فشار کاری یا هر دلیل دیگر نمی‌تواند راجع به مصاحبه‌شونده و

موضوع مصاحبه از قبل مطالعه و تحقیق کند به همین دلیل مجبور است با استفاده از توانایی، اطلاعات عمومی و تجربه خبرنگاری خود مصاحبه را انجام دهد.

مصاحبه با مطالعه قبلی: مصاحبه کننده درباره مصاحبه‌شونده و موضوع مصاحبه مطالعه و تحقیق به عمل آورده و اطلاعات لازم را به دست می‌آورد و سؤالات اصلی را به شکل هدفمند قبل از انجام مصاحبه آماده می‌کند.

مصاحبه از نظر وسیله نهایی ارسال پیام

مصاحبه برای انتشار از وسایل ارتباط جمعی نوشتاری: حاصل این مصاحبه در روزنامه‌ها، مجله‌ها و ... منتشر می‌شود.

مصاحبه برای انتشار از رسانه‌های ارتباط جمعی شنیداری: مصاحبه‌ای که انعکاس آن از طریق رادیو پخش می‌شود.

مصاحبه برای انتشار از رسانه‌های ارتباط جمعی شنیداری و دیداری: حاصل این مصاحبه از طریق تلویزیون یا سینما پخش می‌شود.

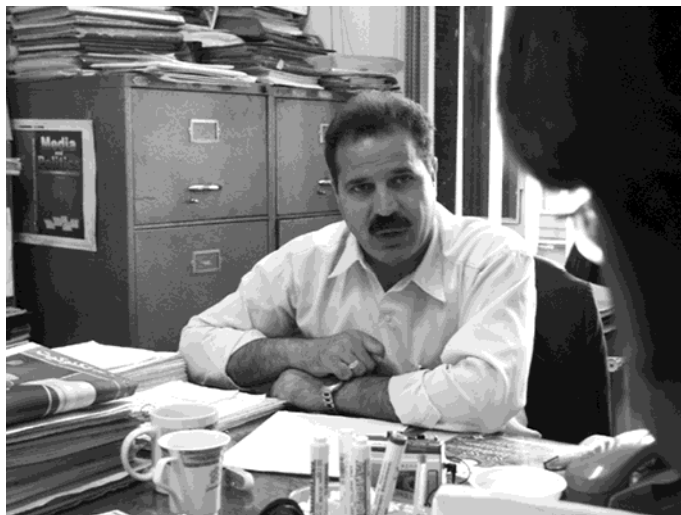
مصاحبه برای انتشار از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی الکترونیکی: حاصل این مصاحبه از طریق اینترنت، سایت‌های خبری، خبرگزاری‌ها، سایت‌های اینترنتی شبکه‌های رادیو و تلویزیونی و ... انعکاس می‌یابد.

مصاحبه کنفرانس مطبوعاتی

در این نوع مصاحبه مسؤولان توسط روابط عمومی مجموعه خود با دعوت از خبرنگاران، کنفرانس مطبوعاتی تشکیل می‌دهند تا بدینوسیله، مردم را از تصمیم‌های تازه، برنامه‌ها، فعالیت‌ها، عملکرد و مواضع خود آگاه کنند.

نکاتی در مورد عکاسی مصاحبه

بهتر است که برای مصاحبه حتی المقدور از به کار بردن عکس‌های پرسنلی خودداری گردد و علاوه بر مصاحبه‌گر یک عکاس خوش ذوق و حداقل نیمه حرفه‌ای نیز خبرنگار را همراهی کند تا بتواند با شکار لحظه‌ها از طرفی به جذابیت بصری مصاحبه بیفزاید و از طرف دیگر تمام تمرکز ذهنی مصاحبه‌گر معطوف به مصاحبه و سؤالات و پاسخ‌های او باشد تا مصاحبه بهتر انجام پذیرد. عکاس باید به گونه‌ای تصویربرداری کند که عکس بتواند با خواننده ارتباط برقرار کند و مفهوم خاصی را به او القا نماید.



۲- برای مصاحبه باید از عکس دارای حرکت و حالت‌های خاص، به‌ویژه لحظاتی که در جریان مصاحبه، مصاحبه شونده دچار هیجان، شادی و یا عصبانیت می‌شود، استفاده کرد تا توصیف فضای مصاحبه برای انتقال به خواننده آسان شود، همچنین

عکس‌هایی که مصاحبه‌شونده را در حالت تفکر، تعجب، نگاه به دوردست و ... نشان می‌دهد و یا عکس‌هایی که به نوعی اوج و رکود یا هر نوع حالت احساسی از فضای انجام مصاحبه را به خواننده منتقل کند، می‌تواند در جذابیت مصاحبه بسیار مؤثر باشد.



۳- عکاس باید عکس‌های متعدد و از زوایای مختلف مصاحبه بگیرد، تا دست صفحه‌آرای نشریه برای استفاده از بهترین و با کیفیت‌ترین عکس باز باشد. یکی از حالت‌های مناسب عکس برای مصاحبه، حالتی است که هم مصاحبه‌شونده و هم مصاحبه‌گر در کادر دوربین قرار داده شوند که در این صورت بهتر است اگر دو طرف مصاحبه در دو طرف کادر عکس قرار گرفته باشند، عکس در حالتی گرفته شود که مصاحبه‌گر در حال گوش دادن و مصاحبه‌شونده در حالت سخن گفتن است.



یکی دیگر از حالت‌های هنری عکس که می‌تواند جذابیت بصری داشته باشد زمانی است که مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده روبه روی هم قرار گرفته باشند و عکاس زاویه دوربین را به گونه‌ای قرار دهد که مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده را در حالت صحبت نشان داده و تصویر مصاحبه‌کننده مبهم و تصویر مصاحبه‌شونده واضح و شفاف باشد، به عبارت فنی‌تر تصویر مصاحبه‌شونده در عمق میدان تصویر قرار گیرد. چنین عکس‌هایی از جذابیت بصری بالایی برخوردار است به خصوص اگر مصاحبه‌گر دارای عینک باشد عکاس می‌تواند با تنظیم دیافراگم دوربین تصویر مصاحبه‌شونده را در درون عدسی عینک مصاحبه‌گر نشان دهد. در عکس صفحه مقابل اگر چه تصویر مصاحبه‌شونده شفاف نیست، اما تصویری که از درون عدسی عینک مصاحبه‌گر دیده می‌شود شفاف و واضح است.



یکی دیگر از حالت‌های هنری برای تصویربرداری، استفاده از حالت انعکاس تصویر بر روی آئینه و اجسام صیقلی است در این حالت اگر مصاحبه‌شونده پشت میز شیشه‌ای و یا هر نوع اجسام مشابه قرار داشته باشد عکاس می‌تواند کادر دوربین را به شکلی تنظیم کند که تصویر مصاحبه‌شونده در نیمه بالایی و تصویر منعکس شده او بر روی جسم در نیمه پایینی کادر عکس قرار گیرد.

لازم به ذکر است که عکاس می‌تواند در مصاحبه با استفاده از ذوق و سلیقه خود از هر یک عناصر موجود در فضای مصاحبه جهت گرفتن عکس مناسب اقدام نماید. به عنوان مثال اگر موضوع مصاحبه به روابط سیاسی و رازهای ناگفته مربوط می‌شود، عکاس می‌تواند عکس مصاحبه‌شونده را از لای در اتاق مصاحبه انعکاس دهد تا حس و حال فضای موجود در مصاحبه را به خواننده انتقال دهد.

همچنین عکاس می‌تواند با استفاده از نمای نزدیک بعضی عناصر موجود در مصاحبه مانند میکروفون، ضبط خبرنگاری، کاغذ، قلم مصاحبه‌گر و قرار دادن شخص مصاحبه‌شونده در پس زمینه عکس حالت مصاحبه را به خواننده القا نماید. حتی قرار دادن یک لیوان آب نیمه‌پر یا لیوان خالی در نزدیکی دوربین و قرار دادن تصویر مصاحبه‌شونده در پس زمینه کادر عکس، می‌تواند مفاهیم بسیاری را به خواننده القا کند.



بعضی نشریات نیز عکس مصاحبه‌شونده را در حالتی که نشریه آنها را در دست دارد منعکس می‌کنند. این روش بیشتر مربوط به نشریات زرد در مصاحبه با هنرمندان، ورزشکاران و مانند آنهاست و چنین حالتی در مورد نشریات وزین و مصاحبه‌شوندگانی نظیر نخبگان، صاحب‌نظران و متخصصین کمتر مشاهده می‌شود.

فصل ششم

آیین نگارش

آیین نگارش فارسی

در زمینه شیوه نگارش فارسی دستورالعمل واحدی، که مبتنی بر موازین و معیارهای علمی، تاریخی و زبان شناختی باشد، هنوز تدوین نشده است و تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته، بیشتر محصول ذوق و استنباط شخصی صاحب نظران این فن است که آن هم در برخی از موارد به دستورالعمل‌ها و شیوه نامه‌هایی به طور کامل مختلف و متغایر انجامیده است. با این وجود، می‌توان در مجموع، از آیین‌نامه و شیوه‌نامه‌های موجود در این زمینه نکاتی تا حدودی مشترک و مورد اتفاق را استخراج کرد، که به کار بستن آنها در درست نویسی خط و املائی فارسی مفید و رهگشا باشد در ادامه به مهمترین این نکات اشاره می‌شود.

۱. حد و استقلال دستوری هر کلمه، از نظر معنی و عمل دستوری آن، باید حفظ گردد و هر کلمه مستقل، جدا از کلمه‌های دیگر نوشته شود؛

مثال:

بنویسیم	نویسیم
دانشسرای عالی	دانشسرایعالی
وزارت فرهنگ	وزارتفرهنگ
هیچ کس	هیچکس
نگاه داشتن	نگاهداشتن
عرض کردن	عرضکردن
فرمانداری کل	فرمانداریکل
ارجاع کرد	ارجاعکرد

نکته ۱: کلمه های «را»، «ای»، «تو»، «یک»، «که»، «چه» (حرف ربط و ضمیر و صفت پرسشی و تعجیبی)، «این» و «آن» (صفت اشاره) را نباید به کلمه‌های دیگر چسباند.

مثال:

بنویسیم	بنویسیم
دوست را	دوست را
ای دوست	ای دوست
ترا	تو را
یکروز	یک روز
کرا	که را؟
چگویم	چه گویم؟
چکار می‌کنی	چه کار می‌کنی؟
اینکار	این کار
آنکس	آن کس

نکته ۲: «چه» در کلمه‌هایی نظیر؛ چرا (به معنی «برای چه»، نه به معنی «چه چیز را») و چسان باید پیوسته نوشته شود.

مثال:

بنویسم	بنویسم
چه را	چرا؟
چه سان	چسان؟
چه قدر	چقدر؟
چه طور	چطور؟

نکته ۳: هرگاه «چه»، «ها» و «که» با «آن»، «این»، «چنان» و «همچنان» ترکیب شود، باید پیوسته نوشته شود.

مثال:

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

نکته ۴: «است» را هرگز نباید به «که» متصل نوشت.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
درست است که	درست استکه
مردی است که	مردی استکه
آن است که	آن استکه

۲. هر گاه دو یا چند کلمه با هم ترکیب شود و از ترکیب آنها کلمه‌ای تازه مفهوم معنی دیگری غیر از مفهوم هر یک از اجزای ترکیب شونده پدید بیاید، باید آنها را پیوسته نوشت. به عنوان مثل، «کتاب» دارای یک معنی خاصی است، اما «کتابخانه» دیگر نه معنی «کتاب» را دارد و نه معنی «خانه» را، بنا بر این اجزای چنین کلمات مرکبی را باید متصل نوشت، تا به ذهن القا شود.

مثال:	بنویسیم	ننویسیم
	اینجا	این جا
	آنجا	آن جا
	اینجانب	این جانب
	چیستان	چیست آن
	نگهداری	نگه داری
	پنجشنبه	پنج شنبه
	یکدیگر	یک دیگر
	هیچکاره	هیچ کاره

نکته ۱: پسوند «تر» و «ترین» بهتر است جدا از کلمه نوشته شود، با این وجود در قیدهای بهتر، بیشتر، کمتر، مهمتر، کوچکتر، بزرگتر، نزدیکتر و ... که متصل آن رایج شده است. یکسره نوشتن آن اشکالی ندارد. اما در کلمات دیگر به ویژه کلمات دندانه دار و کلماتی که رسم الخط آن نازیبا می شود، باید جدا نوشته شود.

مثال: رایج تر، موفق تر، بهینه تر، خوردنی تر، مستقیم ترین، تازه تر، جامع تر، جالب تر، راحت تر، مشروح تر، با اهمیت تر، متنوع تر، خواندنی تر، اصلی تر و ...

نکته ۲: اگر پیوسته نوشتن اجزای کلمه مرکب، باعث اشتباه یا دشواری در خواندن یا نوشتن کلمه بشود یا خلاف عرف به نظر بیاید، چنین کلمه‌هایی را باید جدا، اما نزدیک به هم نوشت.

مثال:	بنویسیم	ننویسیم
	هم منزل	هممنزل
	کینه توز	کینتوز
	عدالت پیشه	عدالتپیشه
	بی تربیت تر	بیتربیتتر

نکته ۳: هرگاه جزء دوم کلمه مرکب با «آ» آغاز شود، در ترکیب، مد از روی «الف» حذف می شود.

مثال:

بنویسیم	نویسیم
پیشاهنگ	پیشآهنگ
دلایز	دلآویز
پیشامد	پیشآمد
دلارام	دلآرام
هماواز	هماآواز

۳. حرف اضافه «به» جدا از اسم و ضمیر نوشته می شود.

مثال:

بنویسیم	نویسیم
به خانه	بخانه
به تهران	بتهران
به مدرسه	بمدرسه
به لندن	بلندن
به کتابخانه	بکتابخانه
به شهر	بشهر
به تو	بتو

نکته ۱: از آنجا که حرف «ب» در کلمه های عربی متداول در فارسی، همچون بلافصل، بلاشک و مانند آنها، حرف جر عربی است نه حرف اضافه فارسی باید به کلمه بعد متصل نوشته شود.

مثال:

بنویسیم	بنویسیم
به لا فصل	بلا فصل
به لا شک	بلا شک
به لا معارض	بلا معارض
به لا فاصله	بلا فاصله
به لا تکلیف	بلا تکلیف
ما به ازا	مایازا
به دون	بدون
به اسم الله	بسم الله

نکته ۲: «ب» در «بد» که گونه دیگری از «به» است در مواردی مانند؛ بدین، بدان، بدانان، بدیشان، بدو و بدینوسیله باید متصل نوشته شود.

نکته ۳: حرف «ب» گاه در ترکیب با اسم به عنوان جزء پیشین به کار می‌رود و صفت یا قید می‌سازد که در این صورت نباید آن را با حرف اضافه «به» اشتباه کرد، بلکه باید متصل به کلمه بعد نوشته شود.

مثال:

بخرد (خردمند)، بهوش (هوشیار)، بنام (نامی، معروف)، بجّد (جدّی)؛
در نمونه‌های زیر این مسأله به خوبی نمایان است.

مثال:

حرف اضافه

به جد و جهد چوکاری نمی‌رود از پیش ...

در این کار بجّد (جدّی) باش.

جزء پیشین (که از ترکیب با اسم، صفت و قید ساخته است)

اگر گلی، بحقیقت عجین آب حیاتی

همیشه باید به حقیقت توجه داشت.

۴. «پیشوندها و پسوندها» به کلمه‌ای که با آن ترکیب می‌گردد، در بیشتر مواقع متصل نوشته می‌شود.

مثال:

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

۵. اجزای پیشین فعل یعنی «ب»، «ن» و «م» را باید پیوسته به فعل نوشت.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
ببیند	به بیند
برود	به رود
نخواند	نه خواند
نبینی	نه بینی
مکن	مه کن

نکته ۱: پیش جزءهای «ب، ن، م» وقتی بر سر فعلی که با «آ» آغاز می‌شود، بیایند، مد از روی «ا» حذف می‌شود و به جای آن «ی» پیش از «ا» در می‌آید.
مثال:

آید	←	ب + آید	←	بیاید
آراید	←	ن + آراید	←	نیاراید
آسا	←	م + آسا	←	میاسا

گفته بودم چو بیایی غم دل با تو بگویم
چه بگویم که غم از دل برود چون تو بیایی
(سعدی)

چند گویی که چو ایام بهار آید
گل بیاراید و بادام با باز آید
(ناصر خسرو)

نکته ۲: «به» را در اول عبارت فعلی، به قیاس قاعده شماره ۳ جدا می‌نویسند.
مثال:

بنویسیم	ننویسیم
به کار برد	بکار برد
به بار آمد	ببار آمد
به دست آورد	بدست آورد
به خاطر آورد	بخاطر آورد
به زانو در آمد	بزانو در آمد

نکته ۳: «نه» حرف ربط که به طور معمول در جمله مرکب می‌آید و تکرار می‌گردد، جدا از فعل نوشته می‌شود.
مثال:

نه می خرد، نه می فروشد.

نه می خواند، نه می نویسد.

نه می بیند، نه می شنود.

۶. «می» و «همی»، جدا از فعل نوشته می شود.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
می گوید	میگوید
می خواند	میخواند
می کند	میکند
می زد	میزد
همی گفت	همیگفت
همی رفت	همیرفت
همی نوشت	همینوشت

۷. «بی» دو گونه است:

الف (حرف اضافه به معنی «بدون»، که مثل «به» حرف اضافه جدا و با فاصله بین کلمه‌ای نوشته می شود.

مثال:

بی تربیت نمی توان به سروری رسید.

بی نظم و تربیت هیچ کاری پیش نمی رود.

بی کار نمی توان به موفقیت دست یافت.

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

مثال:

بیخود از ششعه پرتو ذاتم کردند

باده از جام تجلی صفاتم کردند
 بیدلی در همه احوال خدا با او بود
 (حافظ)
 او نمی دیدش و از دور خدایا می کرد
 (حافظ)

نکته: هرگاه در آغاز واژه هایی که چند دندانه دارند و با پیوستن «بی» پیشوند به آنها، نازیبا یا ناخوانا می شوند و نیز کلمه‌هایی که با همزه شروع می شوند و با اتصال « بی»، «همزه» در تلفظ با « الف» اشتباه می گردد، « بی» را باید جدا اما بدون فاصل بین کلمه ها نوشت.
 مثال:

بنویسیم	ننویسیم
بی‌سر و پا	بیسر و پا
بی‌تربیت	بیتربیت
بی‌سامان	بیسامان
بی‌اساس	بیاساس
بی‌ارزش	بیارزش

۸. «ه» بیان حرکت، در جزء اول از کلمات مرکب و کلمات جمع بسته شده با «ها» نه حذف می‌گردد و نه پیوسته نوشته می‌شود.
 مثال:

بنویسیم	ننویسیم
علاقه‌مند	علاقمند یا علاقهمند
گله‌مند	گلمند یا گلهمند
جامه‌ها	جامها یا جامهها
حیله‌ها	حیلها یا حیلها

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

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
ان شاء الله	انشاءالله
من جمله	منجمله
عن قریب	عنقریب
علی هذا	علیهذا
مع هذا	معهدا
مع ذالک	معدالک
علی رغم	علیرغم
علی حده	علیحده
ذی صلاح	ذیصلاح

۱۰. «ها» ی علامت جمع، باید جدا از کلمه نوشته بدون فاصله شود.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
گل‌ها	گلها
باغ‌ها	باغها
کتاب‌ها	کتابها
قلم‌ها	قلمها

۱۱. کلمه‌هایی که به صورت بلند «آ» و «و» ختم می‌شوند، هنگام اضافه شدن به کلمه ای دیگر یا آمدن صفت در پی آنها، «ی» میان آنها فاصله می‌شود.

مثال:

دانای روزگار، موی سیاه، کالای فاسد، بوی زلف، ندای بلند، سیوی بزرگ

نکته: در هنگام اتصال این نوع کلمه ها به «ان» علامت جمع یا صفت عالی و یا اسم مصدر) بین کلمه و این علامت، «ی» فاصله می شود.

مثال:

خدایان یونان و روم، آشنایان، دانایان، نکویان، لیبیک گویان، نمایان، فالیشویان

۱۲. کلمه های مختوم به مصوت بلند «ی» مانند آگاهی، دیوانگی، ماهی و امثال آن در هنگام اتصال به یایی دیگر (وحدت نکره) نوشته می شود.

مثال:

بنویسیم	بنویسیم
آگاهی	آگاهی ای
دیوانگی	دیوانگی ای
ماهی	ماهی ای
معنی	معنی ای
قاضی	قاضی ای

نکته: این نوع کلمات در هنگام اضافه شدن به کلمه ای دیگر، درحکم کلمه ای مختوم به صامت هستند.

مثال:

ماهی دریا، معنی کلمه، قاضی شهر، دیوانگی او، ماهی درشت، معنی مناسب

۱۳. «هم» (حرف ربط) از ما قبل و ما بعد خود جدا نوشته می شود.

مثال:

بنویسیم	بنویسیم
همخواند همنوشت	هم خواند هم نوشت
منهم همین را گفتم	من هم همین را گفتم

۱۴. اسم‌های خاص و کلماتی مانند هارون، اسماعیل، رحمان، اسحاق، ابراهیم، ملائکه، سماوات و سلیمان را بهتر است همین طور که کتابت شده است بنویسیم، نه به صورت هرون، اسمعیل، رحمن و ... البته به طور استثنا در بعضی از نسخه‌های قرآن که منطبق با رسم الخط عربی است، به این شکل نوشته می‌شود.
۱۵. در کلمه‌هایی همچون کاووس، طاووس، داوود و مانند اینها که یک واو صامت و یک واو مصوت دارند، بهتر است هر دو واو را در نوشتن حفظ کنیم.
۱۶. «الف» مقصوره برخی کلمه‌های مقصور عربی، همچنانکه در فارسی «الف» تلفظ می‌شود، به صورت « الف » نوشته می‌شود.

مثال:

بنویسیم	بنویسیم
محتوی	محتوا
اعلی	اعلا
بلوی	بلوا
تقوی	تقوا
مبتلی	مبتلا
مصقی	مصفا
شوری	شورا
هوی	هوا
مقوی	مقوا
معلی	معلا

نکته: اگر این گونه « الف » در اسم‌های خاص عربی باشد، به پیروی از اصل، باید با (ی) نوشته شود.

مثال:

مصطفی، مجتبی، مرتضی، موسی، عیسی، یحیی و ...
همچنین واژه‌های الی، حتی، علی، چه به تنهایی و چه در ترکیب‌ها، با وجود اینکه داری الف مقصوره هستند به همین شکل که کتابت شده نوشته می‌شوند.
نکته: اسم‌های خاص کبرا، صغرا و لیلا با «الف» نوشته می‌شوند.

۱۷. هرگاه اجزای پیشین «ب، ن، م» بر سر افعال آغاز شده با «ا» درآیند، همزه در نوشتن و تلفظ به «ی» تبدیل می‌شود.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
بینداخت	بیانداخت
نینداخت	نیانداخت
مینداز	نیانداز
بیفکند	بیافکند
میفکن	میافکن
بیفتاد	بیافتاد
نیفتاد	نیافتاد

۱۸. وقتی پس از حرف صامت «ی»، حرف صدادار کشیده و بلند «ی» بیاید هر دو حرف به صورت یاء نوشته می‌شوند.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
بویدن	بوئیدن

موئیدن	موییدن
روئیدن	روییدن
پائین	پایین

۱۹. «تنوین» ، مخصوص کلمه های عربی است و تابع ضوابط خاص صرفی و نحوی آن زبان می باشد ؛ لذا از به کار بردن آن در کلمه های فارسی باید اجتناب شود.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
به ناچار	ناچاراً
جانی	جاناً
زبانی	زباناً
دوم	دوماً
سوم	سوماً
گاهی	گاهاً
تلفنی	تلفناً
تلگرافی	تلگرافاً

نکته : کلمه های عربی که دارای تنوین نصب باشند، بهتر است معادل فارسی آنها به کار برده شود.

مثال:

معادل فارسی	کلمه عربی
بی درنگ	فوراً
به تحقیق	تحقیقاً
به سرعت	سریعاً

تدریجاً	به تدریج
تقریباً	به تقریب (حدود)
یقیناً	به یقین
اتفاقاً	اتفاقی
مفصلاً	به تفصیل
شدیداً	به شدت
عمداً	به عمد
ندرتهاً	به ندرت
حقیقتاً	به حقیقت
ضرورتاً	به ضرورت
کلاً	به کلی
تماماً	به تمامی
حقاً	به حق
تصریحاً	به تصریح
مثلاً	مثال
دقیقاً	به دقت
خصوصاً	به خصوص

۲۰. همزه عربی هنگامی که در آغاز کلمه واقع شود، در حکم همزه فارسی است و نوشتن آن با کلمه‌های فارسی که با همزه آغاز می‌شوند هیچ تفاوتی ندارد.

مثال:

اسم، اصل، اساس، اعظم، ارشد و ...

همزه ساکن آخر کلمه‌های ممدود عربی، مثل؛ ابتداء، انتهاء، صحراء، املاء، بیضاء، رجاء، شعراء، فضلاء و ... در تلفظ فارسی حذف می‌شود.

این گونه کلمه‌ها، وقتی که مضاعف یا موصوف واقع شوند، قاعده اسم‌های مختوم به «الف» در فارسی، در مورد آنها جاری می‌شود.

مثال:

بنویسیم	ننویسیم
ابتدای کار	ابتداء کار
انتهای راه	انتهاء راه
املائی درس	املاء درس
اقتضای وقت	اقتضاء وقت

همزه ساکن وسط یا آخر، در صورتی که پس از فتحه (َ) واقع شده باشد روی کرسی «ا» نوشته می‌شود.

مثال:

رأس، یأس، رافت، مأخذ، مأوا، تألیف، تأدیه، تأثیر، تأدیب، تأیید، تأکید و ...
همزه مضموم وسط کلمه، پیش از مصوت بلند «و» به پیروی از مصوت بلند «و» نوشته می‌شود:

مثال: مسؤول، شوون، رؤوس، مؤونت، مرؤوس

۲۱. کلمه‌های خدمتگزار، نمازگزار، حقگزار، شکرگزار و ... را به همین صورت، با (ز) می‌نویسند.

زیرا به معنی «ادا کردن، انجام دادن و به‌جا آوردن است»؛ در صورتی که کلمه از این قبیل به معنی «نهادن و قرار دادن» باشد با «ذال» نوشته می‌شود.
تأثیرگذار، نیز به معنی تأثیرگذارنده و گذاشتن است با «ذال» نوشته می‌شود.

ویرایش و معادل فارسی تعدادی از کلمات در خبر

در ادامه نگارش، رسم‌الخط، شیوه نوشتاری صحیح و معادل فارسی بعضی از کلمات رایج در محاوره و نوشتار روزانه زبان و ادبیات فارسی آمده است.

فنی‌سیم	بنویسم
آب شرب	آب آشامیدنی
اتمسفر سیاسی کشور	جو سیاسی کشور
اثرات	اثرها / آثار
اجرای اهداف	تأمین اهداف
استعفا داد	استعفا کرد
اطاق	اتاق
معاصر	هم‌روزگار
اطلاع حاصل کردن	مطلع شدن
اقشار	قشرها
اکثراً	اکثر / بیشتر
امضای توافق	امضای توافق‌نامه
امضای سازش	امضای سازش‌نامه
انجام امر	اجرای امر
برای انجام این انتخابات	برای برگزاری این انتخابات
تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد	تحقیقات نشان می‌دهد
گفتگوی تلفنی انجام دادند	تلفنی گفت‌وگو کردند
ایجاد دولت	تشکیل دولت

از دشواری‌های خاصی برخوردار است	دشواری‌های خاصی دارد
این طرح از نقاط ضعفی برخوردار است	این طرح نقاط ضعفی دارد
جاده چالوس از ترافیک سنگینی برخوردار بود.	جاده چالوس ترافیک سنگینی داشت
جنگ از شدت بیشتری برخوردار بود.	جنگ شدیدتر بود
هوای تهران از آلودگی برخوردار است.	هوای تهران آلوده است.
حمله بر ضد مواضع دشمن	حمله به مواضع دشمن
برودت هوا	سرمای هوا
بشریت از آن رنج می‌برد	بشر از آن رنج می‌برد
بلند مدت‌دار	بلند مدت
وام‌های مدت‌دار	وام‌های بلند مدت
بلیط	بلیت
این دیدار به طور محرمانه صورت گرفت	این دیدار محرمانه صورت گرفت
به‌طور نامحدود	نامحدود
ارزیابی به عمل آمده نشان می‌دهد	ارزیابی نشان می‌دهد
اقدام به عمل آورد	اقدام کرد
بازدید به عمل آورد	بازدید کرد
دعوت به عمل آورد	دعوت کرد
پروژه	طرح
تأمیم	تعمیم
تئوری	نظریه
تسلیت باد	تسلیت می‌گوییم
تظاهرات کنندگان	تظاهر کنندگان
جاناً	جانی

دوماً	دوم
زباناً	زبانی
سوماً	سوم
گاهاً	گاه / گاهی
تهنیت باد	تهنیت می‌گوییم
جامعه عمل پوشید	جامه عمل پوشید
آزمایشات	آزمایش‌ها
پیشنهادات	پیشنهاد / پیشنهاده‌ها
سفارشات	سفارش / سفارش‌ها
گرایشات	گرایش / گرایش‌ها
گزارشات	گزارش / گزارش‌ها
نمایشات	نمایش / نمایش‌ها
روزنامه‌جات	روزنامه‌ها
سبزیجات	سبزی‌ها
کارخانجات	کارخانه‌ها
نوشته‌جات	نوشته‌ها
مبارزین، مبتکرین، مبلغین	مبارزان، مبتکران، مبلغان
مجروحین، محتکرین، محرومین	مجروحان، محتکران، محرومان
محققین، مخالفین، مخترعین	محققان، مخالفان، مخترعان
معلمین، مقدسین، منتقدین	معلمان، مقدسان، منتقدان
بازرسین، داوطلبین	بازرسان، داوطلبان
آنچه را که در توان دارند	آنچه در توان دارند
هر چه که بخواهند	هر چه بخواهند
خبرگزاری فرانسه گفته بود	خبرگزاری فرانسه گزارش داده بود

خریداری کردن	خریدن
خطرات	خطرها
خود محورانه	خود محوری
سیاست خود محورانه	سیاست خود محوری
خوشنود	خشنود
در رابطه با	در مورد
گزارشی در ارتباط با این سفر ارایه داد	درباره این سفر گزارش داد
شورا در این رابطه تصمیماتی اتخاذ می کند	شورا در این باره تصمیم می گیرد
در ارتباط با تورم سخن گفت	درباره / در زمینه تورم سخن گفت
درب اتاق	در اتاق
درب منازل	در منازل
در سطح بخش کشاورزی	در بخش کشاورزی
در سطح دانشگاهها تدریس می شود	در دانشگاهها تدریس می شود
در این زمینه دست به اقدام می زند	در این زمینه اقدام می کند
دست به راهپیمایی زدند	راهپیمایی کردند
دلیل	علت / سبب
دلیل این بیماری	علت این بیماری
به دلیل سقوط از کوه	به سبب / به علت / بر اثر سقوط
رییس جمهوری کاخ سفید	رییس جمهور آمریکا
بستن رخنه های ورودی	بستن راه های ورودی
روحانیت آگاه	روحانیان آگاه
روحانیون	روحانیان
سؤال	سؤال

سرویس اطلاعاتی	دستگاه / سازمان اطلاعاتی
سرویس جاسوسی	دستگاه / سازمان جاسوسی
سوء تفهیمات	سوء تفاهمات / سوء تفاهم
سوقصد و سوظن	سوء قصد و سوء ظن
سوبسید	یارانه
سیستم	نظام / سامانه
سیستم اقتصادی	نظام اقتصادی
شهرک‌های صهیونیستی	شهرک‌های صهیونیست‌نشین
ضرب الاجل داد	ضرب الاجل تعیین کرد
تهران	تهران
عدم آشنایی	آشنا نبودن
عدم اطلاع	بی‌اطلاعی
عدم اعتماد	بی‌اعتمادی
عدم پایداری	ناپایداری
عدم توانایی	ناتوانی
عدم حس همکاری	نداشتن حس همکاری
عدم دقت	بی‌دقتی
عدم کفایت	بی‌کفایتی
عدم لیاقت	بی‌لیاقتی
عدم نیاز	بی‌نیازی
علاقه‌مند	علاقه‌مند
علیرغم	به رغم / با وجود / با آن که
حمله علیه شهرها	حمله به شهرها
حمله بر علیه دشمن	حمله به دشمن

اصول غیر قابل خدشه	اصول خدشه ناپذیر
غیر قابل اجتناب	اجتناب ناپذیر
غیر قابل انعطاف	انعطاف ناپذیر
غیر قابل انکار	انکار ناپذیر
غیر قابل باور	باور نکردنی
غیر قابل برگشت	برگشت ناپذیر
غیر قابل شکست	شکست ناپذیر
غیر منتظرانه	غیر منتظره
فاز اول	مرحله اول
کج دار و مریض	کج دار و مریز
کشور دیکتاتور	حکومت دیکتاتور
کمپانی	شرکت
لازم به یاد آوردی است	یاد آور می شود
مایحتاج مورد نیاز	مایحتاج
متبوعه	متبوع
دولت متبوعه	دولت متبوع
محتویات مذاکرات	محتوای مذاکرات
مدرن	جدید / پیشرفته / نو
ممنوعه	ممنوع
منتشره	منتشر شده
منسه ظهور	منصه ظهور
مورد بررسی قرار گرفت	بررسی شد
مورد بررسی و ارزیابی قرار می دهد	بررسی و ارزیابی می کند
مورد تحقیق قرار داده بود	تحقیق کرده بود

مورد تصویب قرار گرفت	تصویب شد
مورد مطالعه قرار دادند	مطالعه کردند
به مورد اجرا گذارده شود	اجرا شود
مهار سیل	مهار کردن سیل
پیش بینی می کنیم کاهش خواهد یافت	پیش بینی می کنیم که کاهش یابد
برای اتخاذ یک چنین تصمیمی	برای اتخاذ چنین تصمیمی
بر پایه یک گزارش سازمان ملل	بر پایه گزارش سازمان ملل
به عنوان یک الگوی موفق	به عنوان الگویی موفق
در رأس یک هیأت بلند پایه	در رأس هیأتی بلند پایه
در یک هفته اخیر	در هفته اخیر
یکان های ارتش	یکان های ارتش
آبژور	نورتاب
آبونه	مشترک
آپارتمان	کاشانه
آپ تودیت	روزآمد
آتلیه	کارگاه
آرشیو	بایگانی
آرم	نشانه
آسانسور	آسان بر (برای حمل انسان)
	بالابر (برای حمل بار)
آشپزخانه آپن	آشپزخانه باز
آکادمی	فرهنگستان
آکادمیک	دانشگاهی
آکادمیک	علمی، عالمانه

آلبوم	جُنگ
آنتیک	عتیقه
آنکال	گوش به زنگ
آیفون	آوا بر
اپراتور	کارور - کاربر
اپلی کیشن	درخواست نامه
اتوبان	بزرگراه
اتوماتیک	خودکار، خود به خود
اجاق مایکروویو	تندپز
ادیت	ویرایش
ادیتور	ویراستار
اسانس	عطرمایه
اسپری	افشانه
استامپ	جوهرگین
اسکورت	همروان
اسکورت کردن	همروی کردن
اشل	پایه
اف اف	درباز کن
اکولوژی	بوم شناسی، بوم شناخت
اکیپ	گروه مجهز
اندیکاتور(دفتر)	نامه نما
آنستیتو	مؤسسه
انیماتور	پویا نما
انیمیشن	پویا نمایی

اولتیماتوم	اتمام حجت، زنهاره
اونیفورم	هم‌سانه
ایمیل	پیام‌نگار
بادی‌گارد	جان پاس
بارکد	رمزینه
بارم	شمارک
بالکن	ایوانک
بانداز	نوار پیچی
بروشور	دفترک
بلندر	مخلوط کن
بلوار	چارباغ
بن	بهها برگ - کالا برگ
بورس (بازار)	بهها بازار
بوکس	مشت‌زنی
بوکسور	مشت‌زن
بولتن	خبرنامه
بیلان	تراز نامه
بیوگرافی	سرگذشت، زندگی نامه، شرح حال
پاراف	پیش امضا
اتوبیوگرافی	زندگی‌نامه
پاراگراف	بند
پارتیشن	دیوارک
پارلمان	مجلس
پاسیو	نورخانه

پاویون	کوشک
پرسنل	کارکنان
پر فراژ	آژدار
پروژکتور	نور افکن - فرا تاب
پرو فرما	پیش برگ
پلمپ	مهر و موم
پلی کیبی (دستگاه)	دستگاه تکثیر
پمپاژ	پمپ زنی، تلمبه زنی
پورسانت (پورسانت)	درصدانه، درصد (بنا به مورد)
پیرکس	نسوز
پیش فاکتور	پیش برگ
تئاتر	نمایش
تئوریک	نظری
ترموکوپل	بندآور
تست	آزمون
تست کردن	آزمودن
تستی	آزمونهای
تکنوکرات	فن سالار
تکنوکراتیک	فن سالارانه
تکنو کراسی	فن سالاری
تکنولوژی	فن آوری
تکنولوژیست	فن آور
تکنولوژیک	فن آورانه
تکنیک	فن

تله تکست	پیام نما
تیراژ	شمارگان
جکوزی	ابزن
چیلر	سرد کن
حق التحقیق	پژوهانه
حق التدریس	آموزانه
دکور	آرایه
دکوراتور	آرایه گر... (مانند صحنه گر)
دکوراتیو	آرایشی، تزیینی
دکوراسیون	...آرایی
دمپینگ	بازار شکنی
دوپینگ	زور افزایی
رتوش	پرداخت
رتوشور	پرداخت کار
زونکن	پروندان
سریال	زنجیره
سمبول	نماد، رمز
سمبولیسم	نمادگان
سمبولیک	نمادین، رمزی
سندیکا	اتحادیه
سنسور	حس گر
سوژه	موضوع
سوییت	سراچه
سیفون	آب شویه

سیلندر	استوانک
سینک	ظرف شویی
شارژ	هزینه سرانه خدمات/ هزینه بها
شیفت	نوبت
فاز	گام
فاکتور	برگ خرید، صورت حساب
فاکس	دورنگار - نمابر
فاکس کردن	دورنگاری
فانتزی	تفنی
فرم	برگه
فریزر	یخ زن
فریزری	یخ زده
فریز کردن	منجمد کردن
فلاسک	دمابان
فلاش تانک	آب شویه
فلش	پیکانه
فیش	برگه
فیلتر	پالایه
کابل	بافه
کابین	اتاقک
کاتالوگ	فهرست / کالانما
کارتابل	کارپوشه
کاور	پوش
کپی	رونوشت، روگرفت

کپی رایت	حق نشر
کریستال	بلوره
کلاسه	رده، طبقه
کلاسه بندی	رده بندی، طبقه بندی
کلاسه شده	رده بندی شده، طبق بندی شده
گارانتی	تضمین، ضمانت
مارگارین	کره‌ی نباتی
ماکت	نمونک
مکانیزه	ماشینی
موکت	فرشینه

فصل هفتم

نشانه گذاری

نشانه گذاری

نشانه گذاری در تنظیم خبر؛ رعایت قواعد سجاوندی و به کار بردن علامت‌ها و نشانه‌هایی است که خواندن و در نتیجه فهم درست مطالب را آسان می‌کند و به رفع پاره‌ای ابهام‌ها، که از عدم انعکاس دقیق و روشن عناصر و دلالت گفتاری در نوشته پدید می‌آید، کمک می‌کند.

نشانه‌های که در زبان فارسی معمول هستند، عبارتند از :

ویرگول (،)، نقطه ویرگول(؛)، نقطه (.)، دو نقطه (:)، گیومه («»)، نشانه سؤال(؟)، نشانه تعجب(!)، خط فاصله (—)، سه نقطه (...)، ستاره(*)، پیرانتز()، قلاب []، ممیز (/) و جهت نما (←)؛

۱. ویرگول (،)

ویرگول، نشانه مکث یا وقفی کوتاه است و در موارد زیر به کار می‌رود.

الف. بین عبارتها و جمله‌های غیر مستقلی که با هم یک جمله کامل باشند.

مثال:

آن را که حساب پاک است، از محاسبه چه باک است.

ماهنامه دانشجویی فراز در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و خبری

منتشر می‌شود.

ب. در موردی که کلمه یا عبارتی به عنوان توضیح، به صورت عطف بیان یا بدل

و قید در ادامه عبارت دیگر آورده شود.

مثال:

فردوسی، مولوی، سعدی و حافظ بزرگترین سخنوران ایران هستند.

ج. در میان دو کلمه که احتمال داده شود خواننده آنها را با کسره اضافه

بخواند.

مثال:

هر که به طاعت از دیگران کم است و به نعمت بیش، به صورت

توانگر است.

د. به منظور جدا کردن بخش‌های مختلف یک نشانی یا مرجع و مأخذ یک

نوشته؛

مثال:

تهران، خیابان شریعتی، کد پستی ۱۹۱۳۵، کوچه ناهید، شماره ۷۸.

ه. در آغاز و پایان جمله دعایی و جمله معترضه؛ مثال:

این است حسنگ و روزگارش و گفتارش، رحمت ا... علیه، این بود که

گفتی:...

۲. نقطه ویرگول (؛)

نقطه ویرگول، نشانه وقف یا درنگ و مکثی است طولانی‌تر از ویرگول و کمتر از نقطه و بیشتر در موارد زیر به کار می‌رود:

الف. برای جدا کردن جمله‌ها و عبارت‌های متعدد یک کلام طولانی که به‌ظاهر مستقل، اما در معنی به یکدیگر وابسته و مربوط باشند.

مثال:

فریب دشمن مخور و غرور مداح مخر؛ که این، دام رزق نهاده است و آن، دامن طمع گشاده.

ب. در جمله‌های توضیحی، پیش از کلمات و عباراتی چون «اما»، «زیرا»، «چراکه»، «یعنی»، «به عبارت دیگر»، «برای مثال» و مانند آنها؛ به شرط آن که جمله‌های پیش از آنها کامل و به‌طور غالب طولانی باشد.

مثال:

مال و جاه هیچ‌گاه نمی‌توانند آرامش بخش روان باشند؛ چرا که تنها با یاد خدا دلها آرامش می‌یابند.

۳. نقطه (.)

در موارد زیر کاربرد دارد:

الف. در پایان جمله‌های کامل خبری و برخی از جمله‌های انشایی.

مثال:

دنیا زندان مؤمن و بهشت کافر است.

کسی که ملالت و دل‌تنگی بر او چیره شود، راحتی از نزد او کوچ می‌کند.

ب. بعد از هر حرفی که به عنوان نشانه یا علامت اختصاری به کار رفته باشد.

مثال:

ارسطو متوفی به سال ۳۲۲ ق. م. (قبل از میلاد مسیح)

م.م. (محمد معین)

ج) بعد از شماره ردیف حروف ابجد.

مثال:

الف.

ب.

ج.

د.

ه.

۴. دو نقطه (:)

در موارد زیر کاربرد دارد:

الف) پیش از نقل قول مستقیم؛

مثال:

رسول اکرم (ص) می فرماید: «مسلمان کسی است که مسلمانان از دست و زبان وی در امان باشند.»

ب) پیش از بیان تفصیل مطلبی که به اجمال بدان اشاره شده است.

مثال:

آن سال برای من سال خوبی بود: در آزمون سراسری دانشگاه‌ها پذیرفته شده بودم.

ج) بعد از واژه یا لغتی که معنی آن در برابرش آورده و نوشته می‌شود؛

مثال:

صیف: تابستان

د) پس از کلمات تفسیر کننده از قبیل:

«یعنی»، «چنانکه»، «برای مثال»، «عبارتند از» و نظایر آنها؛

مثال:

بعضی از عوامل موفقیت عبارتند از:

۱. توکل به خدا؛
۲. اعتماد به نفس؛
۳. تلاش و کوشش؛
۴. اندیشه و تدبیر در امور؛

تذکر: پس از کلماتی مانند: «مثل»، «از قبیل»، «نظیر» و امثال آنها که به کلمه بعدی اضافه می‌شوند، باید دو نقطه به کار برد.

تذکر: در مواردی، بعد از حروف «ابجد» که برای ترکیب و شماره ردیف به کار می‌روند، از دو نقطه نیز استفاده می‌کنند.

مثال:

امام علی (ع) می‌فرماید: قوام دین به چهار چیز است.

الف: عالم زبان‌داری که به علم خود عمل کند.

ب: ثروتمندی که مازاد ثروت را به هم‌کیشان خود پخش کند.

ج: فقیری که آخرت به دنیا نفروشد.

د: جاهلی که از تحصیل علم تکبر نورزد.

۵. گیومه «»

این نشانه، در اکثر موارد برای نشان دادن آغاز و پایان سخن کسی غیر از نویسنده است که در اثنای نوشته وی آمده، یا برای مشخص کردن و برجسته نشان دادن کلمه یا اصطلاحی خاص به کار می‌رود و موارد مهم استفاده از آن به شرح زیر است:

الف) وقتی که عین گفته یا نوشته کسی را در ضمن نوشته و مطلب خود

می‌آوریم:

سعدی می‌گوید: «هر که سخن نسنجد، از جوابش برنجد.»

ب) در آغاز و پایان کلمات و اصطلاحات علمی و یا هر کلمه و عبارتی که می‌خواهیم آن را مشخص و ممتاز از قسمت‌های دیگر نشان دهیم.

مثال ۱:

– کسی در مورد توانایی نوعی باکتری «برواندیوموناس ویسیکالریس» در تجزیه «فنل» یا مشتقات آن گزارشی ارائه نکرده است. این باکتری از خانواده «سودوموناس» است که بیشترین توانایی را در تجزیه آلاینده‌های آلی، از جمله فنل دارند.

مثال ۲:

– در زندگی انسان‌ها آرایش و خود آرایی از قدیم متداول بوده است و در سنت ایرانیان نیز سابقه‌ای دیرینه دارد. در فرهنگ‌های لغت فارسی قدیم، از آرایش و خودآرایی، به عنوان «هر هفت» یاد شده است. «هر هفت» در گذشته به لوازم آرایش زنانه گفته می‌شد که شامل سرخاب، سفیدآب، حنا، وسمه، سرمه، غالیه و خال بود که هر هفت کردن معنی آرایش کردن را داشت و در ادبیات فارسی امروزه مترادف این کلمه اصطلاح «هفت قلم آرایش کردن» به کار برده می‌شود.

ج) در ذکر عنوان مقاله‌ها، رساله‌ها، اشعار، روزنامه‌ها، آثار هنری و فصل‌ها و بخش‌های مختلف یک کتاب یا نوشته.

مثال:

باب هشتم گلستان سعدی «آداب صحبت» است.

تذکر: هرگاه نقل قولی در ضمن نقل قولی دیگر بیاید، آن را در میان علامت نقل قول مفرد «» قرار می‌دهند.

مثال:

او به من گفت: «آیا شنیده‌ای که پیامبر اسلام (ص) فرموده است: 'المسلم من مسلم المسلمون من یده و لسانه.'»

۶. نشانه سؤال (؟)

الف) در آخر جملات و عبارات پرسشی مستقیم به کار می‌رود.

مثال:

به چه می اندیشی؟

ب) بعد از کلمه یا عبارتی که جانشین جمله پرسشی مستقیم است.

مثال:

کدام را می پسندی؟ سبز یا آبی؟ نظر شما چیست؟ بروم یا نروم؟

نکته: در پایان جمله‌های پرسشی غیر مستقیم، از علامت‌سؤالی استفاده نمی‌شود، بلکه نقطه می‌گذارند.

مثال:

همه می دانستند که در نامه چه کسی مورد خطاب است و مضمون نامه

چیست.

استاد از دانشجو پرسیده بود که آیا آن کتاب را خوانده است.

۷. نشانه تعجب (!)

علامت تعجب علاوه بر نشانه تعجب و شگفتی، برای بیان یکی از حالات خاص و عاطفی از قبیل «تعجب»، «تأکید»، «تحسین»، «تحقیر»، «تنفر»، «ترحم»، «استهزا»، «شک و تردید»، «امر و نهی»، «حسرت و آرزو»، «درد»، «دعا»، «تنبیه»، «تأسف» و ... نیز به کار می‌رود.

مثال:

کاش من هم همراه شما به زیارت خانه خدا نایل می‌شدم!

۸. خط فاصله (ـ)

موارد مهم استفاده از این نشانه به قرار زیر است:

الف) برای جدا کردن عبارتهای توضیحی، بدل، عطف بیان و جمله معترضه از کلام اصلی. مثال:

فردوسی - حماسه سرای بزرگ ایران - در سال ۳۲۹ هـ . ق . به دنیا آمد.

ب) در مکالمه میان اشخاص نمایشنامه و داستان یا مکالمات تلفنی در ابتدای جمله و در سر سطر به جای نام گوینده.

مثال:

- الو!

- بله بفرمایید!

- سلام .

ج) به جای حرف اضافه « تا » و « به » بین تاریخها، اعداد و کلمات.

مثال:

مهر - آذر ۱۳۴۵ (مهر تا آذر ۱۳۴۵).

دهه ۱۳۲۰ - ۱۳۳۰ دهه‌ی طلایی آزادی مطبوعاتی در تاریخ ایران بود.
آزاد راه تهران - شمال، به محیط زیست آسیب می‌رساند (تهران به شمال)

د) برای نشان دادن تردید یا ادای کلمات همراه با لکنت و گره خوردگی زبان.

مثال:

م - م - من برای ه - ه - هر نوع همکاری آ - آ - آماده‌ام.

ه) برای جدا کردن هجاهای یک کلمه و تقطیع حروف کلمه از یکدیگر؛

مثال:

کلمه « گرفته » دارای سه هجا است: گ - ر ف - ته .

کلمه «احمد» دارای چهار حرف است. ۱- ح - م - د.

و) در آخر سطر وقتی که بخشی از کلمه به اول سطر بعد برده شود.

مثال:

رویدادهای مهم دهه‌های اخیر در جهان از نظر نظامی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و فرهنگی نشان می‌دهد که جوامع بشری پیوسته دستخوش حوادث خصمانه یا تمایلات مخرب انسان‌ها و دولت‌های سلطه‌طلب بوده است.

ز) برای پیوستن اجزای برخی از عبارتهای ترکیبی به کار می‌رود.

مثال:

بازتاب‌های اجتماعی - سیاسی.

ج) بعد از شماره ردیف در اعداد یا حروف و بعد از کلمه‌های نظیر «تبصره»،

«تذکر»، «توضیح»، «یادآوری» و جز آنها، نیز به کار می‌رود.

مثال:

کلمه عربی به سه قسم است: ۱- اسم، ۲- فعل، ۳- حرف.

۹. سه نقطه (...)

این علامت برای نشان دادن کلمه یا کلمات و عبارات یا جمله‌های محذوف و یا

افتادگی‌ها به کار می‌رود؛ خواه در اول مطلب باشد، یا وسط یا آخر.

مثال:

کشورهای آسیایی عبارتند از: ایران، آذربایجان، ترکیه، پاکستان، چین،

ژاپن و ...

این نشانه گاهی به جای اسم خداوند «الله» به کار می‌رود، که در ترکیبات اسمی نیز

وجود دارد. به دلیل احترام به اسم خداوند و جلوگیری از لمس آن بدون طهارت از

سه نقطه استفاده می‌شود.

مثال: نام معلم ما قدرت... است.

۱۰. ستاره (*)

از این نشانه به طور معمول در موارد زیر استفاده می‌شود:
الف) برای ارجاع دادن به زیر نویس، وقتی که از «اعداد» در داخل متن به منظوره‌های دیگر استفاده شده باشد.

ب) به منظور ایجاد فاصله میان دو مصراع شعر.

مثال:

مرد باید که سخندان بود و نکته شناس* تا چو می گوید از آن گفته
پشیمان نشود.

ج) در اول سطر، پیش از کلمه‌ها و عبارتهایی نظیر «تذکر»، «توضیح»، «تنبیه»، «نکته»، «یادآوری» و مانند آنها، به منظور جلب دقت و توجه خواننده به آن نکته در خور تذکر و یادآوری.

۱۱. پرانتز یا دو هلال ()

«پرانتز» که گاه «هلالین» و «کمانک» نیز نامیده شده است، اغلب در موارد زیر به کار می‌رود:

الف) به معنی «یا» و «یعنی» و وقتی به کار می‌رود که کلمه یا عبارت یا جمله‌ای را برای تعیین و توضیح بیشتر کلام بیاورند؛

مثال:

مجمع النوادر (چهار مقاله) از نظامی عروضی سمرقندی است.

دانشگاه پلی تکنیک (امیر کبیر) از دانشگاه‌های با سابقه ایران است.

ب) وقتی که نویسنده بخواهد آگاهی‌های بیشتر (اطلاعات تکمیلی) به خواننده عرضه کند.

مثال:

ابوالفضل بیهقی (۳۸۵-۴۷۰ هـ. ق) استاد کم نظیر، بلکه بی نظیر نثر مرسل در تاریخ پارسی است.

ج) برای ذکر مأخذ در پایان مثال‌ها و شواهد؛ به عبارت دیگر اسامی کتاب‌ها، نشریه‌ها، اشخاص و رساله‌ها و ...

مثال:

پیغمبر - صلی‌الله علیه و آله و سلم - فرمود: «چون آخرالزمان بود، مؤمن را خواب کمتر گردد.» (خوابگزاری، ص ۳)

۱۲. قلاب []

این نشانه بیشتر در موارد زیر به کار می‌رود:

الف) وقتی که مطلبی جزء اصل کلام نباشد؛ در میان [] نوشته می‌شود.

مثال:

آقای رییس! بایک امضاء شما، همه مشکلات حل می‌شود [تبسم معنی دار حضار]

ب) در نمایشنامه، دستورهای اجرایی در داخل [] نوشته می‌شود.

مثال:

احمد [با چهره ای عبوس و گرفته]: دلم نمی خواهد حتی یک قدم در این راه بردارم. [با بی‌اعتنایی سرش را برمی‌گرداند].

ج) در تصحیح متون کهن، الحاق احتمالی که از نسخه بدل‌ها یا از سوی مصحح اضافه می‌شود، در میان قلاب جای می‌گیرد.

مثال:

و این [راه مسلمانی] راه خدای توست، راست [تا به بهشت]
نیکی و بدی را پاداش [مکافات] دهد. (انس الثائین، ص ۲۶۰)

۱۳. ممیز (/)

موارد استفاده از آن عبارتند از:

الف) برای جدا کردن سال‌های هجری شمسی و قمری و میلادی.

مثال:

محمد بن جریر طبری، در ۲۲۴هـ.ق. / ۸۳۹ م. در آمل زاده شد و به سال ۳۱۰ هـ.ق / ۹۲۳ م. درگذشت.

(ب) برای نشان دادن شماره سوره‌ها و آیه‌های قرآن کریم؛ از سمت راست ابتدا شماره سوره، سپس شماره آیه می‌آید؛ گاه به جای ممیز از دو نقطه نیز استفاده می‌شود.

مثال:

کل امری بما کسب رهین (قرآن، ۲۱/۵۲)

منظور سوره ۲۱ و آیه ۵۲ است.

۱۴. جهت نما (←)

موارد مهم استفاده این علامت که فلش نیز نامیده می‌شود به قرار زیر است:

الف) برای دادن ترتیب و استحصال تدریجی و یا نتیجه دادن امری؛

مثال:

آذین ← آذینه ← آدینه

(ب) به معنی و معادل ر.ک، نگاه، رجوع شود، نگاه کنید، بنگرید و مانند آنها.

فصل هشتم

ویراستاری

ویراستاری

ویراستاری در مفهوم عام تغییر، تصحیح، اصلاح و تعدیل و آرایش لفظی متن را شامل می‌شود و در واقع پالایش متن خبر است که با حذف کلمات زاید و افزودن کلمات مناسب و علامت‌گذاری نگارشی لازم، به وضوح، روشنی و تأثیرگذاری بیشتر خبر بر روی مخاطب کمک می‌کند.

ویراستاری در نشریات به معنای اصلاح اشتباهات معنایی، املائی، دست‌ورزبانی و نگارشی است و باید براساس زبان معیار انجام شود.

زبان معیار، زبانی است که در مکاتبات رسمی اداری، کتاب‌های درسی، آموزش مدارس و دانشگاه‌ها، نوشته‌های علمی، فرهنگی، ادبی، سیاسی و رسانه‌های گروهی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اهداف از ویراستاری عبارتند از:

- کامل شدن متن از نظر نگارش ادبی و ادبیات روز؛
- ایجاد جذابیت بیشتر در محتوا و متن و شکل برتر برای ارایه پیام؛
- کمک به انتقال برتر و شفاف‌تر و راحت‌تر پیام متن؛
- تأثیرگذاری بیشتر پیام بر روی مخاطبان؛

ویراستاری به شکل‌های زیر انجام می‌شود:

۱- ویراستاری رسم الخطی:

- الف) ویرایش املائی و درست نویسی یا نگارشی؛
- ب) ویرایش از جهت نشانه‌گذاری؛
- ج) ویرایش دستور زبان فارسی؛

۲- ویراستاری محتوایی:

- الف) ویرایش ایجازی؛
- ب) ویرایش تخصصی؛

ویراستاری رسم الخطی

شرح ویرایش از جهت نشانه‌گذاری و دستور زبان فارسی در فصل ششم و هفتم همین کتاب آمده است. هر نشریه در به کارگیری بعضی از کلمات از یک رسم الخط خاص خود پیروی می‌کند. برخی روزنامه‌ها «هیئت» و بعضی نیز «هیأت» می‌نویسند. همچنین برخی روزنامه‌ها «مسئول» و بعضی دیگر نیز «مسئول» می‌نویسند. در این زمینه هنوز قاعده خاصی به صورت مقررات سراسری در نیامده است. و از هر دو نوع این کلمات استفاده می‌شود. اما مواردی که از نظر ادبیات روزنامه‌نگاری مشخص و تعیین شده است، باید مشترک باشد و همه روزنامه‌ها از آن پیروی کنند.

علایم و نشانه‌ها نیز برای همه روزنامه‌ها مشترک هستند و در سهولت انتقال مفهوم متن کمک می‌کنند.

دستور زبان فارسی نیز به ساده و راحت‌تر شدن متن برای خواننده و بهتر منتقل شدن مقصود کمک می‌کند. در واقع جملات متن برای خواننده خبر روان‌تر و راحت‌تر می‌شود. ویراستار باید دقت نماید تا جایی که امکان دارد نباید از کلمات خارجی در نگارش استفاده شود، مگر آنکه کلمه یا جمله اصطلاح خاصی باشد که معادل نداشته باشد و یا اینکه اسم باشد.

۲- ویراستاری محتوایی

در ویرایش محتوایی ویراستار متن را از جهت، معنا و محتوا ویراستاری می‌کند و اطلاعات و آمار را با دقت مورد ارزیابی و بررسی قرار می‌دهد. ویراستار محتوایی، وظیفه بررسی محتوا بر اساس چارچوب سیاست کاری نشریه یا رسانه را نیز بر عهده دارد و باید دقت نماید که محتوای متن با حدود قانونی و مقررات تعیین شده مغایرت نداشته باشد.

الف - ویرایش ایجازی

در این نوع ویرایش، ویراستار متن خبر را به طور کامل مطالعه می‌کند و با حذف لغات و نکات اضافی و غیر ضروری حجم مطلب را کاهش می‌دهد. ویراستار باید متن را طوری خلاصه کند که پیام و محتوای خبر ناقص نشود و نکات اصلی خبری حذف نشوند.

ب - ویرایش تخصصی

در این نوع ویراستاری ویراستار اصطلاحات و واژه‌های تخصصی را ویرایش کرده و زیر نویس‌ها و نقل قول‌ها را با دقت بازبینی می‌کند که از نظر فنی اشتباهی نداشته باشند.

بدیهی است در این نوع ویراستاری، شخصی که ویراستاری می‌کند، باید تخصص در رشته مربوطه را داشته و از واژه‌های مربوط به متن به صورت کامل آگاه باشد.

نکات مهم در ویراستاری رسم الخطی برای تنظیم خبر

باید توجه داشت که اولین ویراستار شخص خبرنگار است، که باید علاوه بر رسم‌الخط خبر، ویراستاری محتوایی را نیز با دقت انجام دهد.

بدیهی است اولین ویرایش پس از تنظیم متن خبر، توسط خبرنگار انجام می‌شود و با تأیید سردبیر برای تایپ ارسال می‌گردد. متن تایپ شده با متن اصلی مطابقت داده و نمونه خوانی می‌شود تا از جا افتادگی کلمات و جملات جلوگیری گردد. در این مرحله نیز تا حدی ویرایش صورت می‌گیرد. اما اصلی‌ترین مرحله ویرایش پس از صفحه‌آرایی و قبل از ارسال برای چاپ یا تکثیر توسط ویراستار و راهنمایی سردبیر انجام می‌شود. کلیه مراحل ویرایش اعم از رسم‌الخط، نگارشی، محتوایی و ... باید در این مرحله انجام شود.

در ویرایش مطالب برای اینکه حروفچین و صفحه‌آرا بتواند منظور از خواسته‌های ویراستار در اصلاح و ویرایش متن را متوجه شود. باید علایم و مشخصه‌هایی را بشناسد که در ادامه مواردی از علایم مورد استفاده آمده است.

علایم ویرایش

چنانچه در متن خبر کلمه یا حرفی اضافی باشد، از علامت (ک) استفاده می‌شود که مفهوم آن حذف آن حرف یا کلمه است و چنانچه چند کلمه لازم باشد که حذف شود باید کامل خط زده سیاه شود و ادامه مطلب با فلش نشان داده می‌شود.

مثال:

شهید مصطفی چمران از دانشجویانی بود که روز ۱۶ آذرماه سال ۱۳۳۲ در دانشکده فنی دانشگاه تهران حضور داشت و در ۱۶ آذر به همراه دیگر دانشجویان جنبش دانشجویی ضد استبداد، فریاد مرگ بر آمریکا سر داد.

اگر یک کلمه یا کلماتی از یک جمله جا افتاده باشد، برای افزودن آن در جایی که کلمه باید قرار بگیرد ابرو باز کرده و کلمه مورد نظر، بالای ابرو نوشته می‌شود.
مثال:

تهران - خبرگزاری دانشجویان: باتشکیل مرکز خدمات بازرگانی جدید در وزارت بهداشت که ۱۰۰ میلیارد ریال اعتبار ریالی به همراه داشته،

دانشگاه‌های

میلیون‌ها تومان اعتبار ریالی برای علوم پزشکی در نظر گرفته شد.

اگر لازم باشد کلمه یا جمله‌ای نسبت به سایر مطالب برجسته‌تر باشد باید با قلم ایتالیک نوشته شود و یا داخل کادر قرار بگیرد و یا اینکه زیر آن کلمه و جمله خط کشیده می‌شود.

مثال:

تهران - ایرنا: سعید سلطانیان دانشجوی دوره دکترا در استرالیا موفق به ساخت ابروسانا که مقاومتی در برابر جریان الکتریسته ندارد، شد.

سلطانیان به خبرنگار ایرنا در سیدنی گفت: ابروساناها، مقاومتی در برابر جریان الکتریسته ندارند و جریان الکتریسته را به سرعت انتقال می‌دهند و در کابل‌ها، موتورها، ژنراتورها، خازن‌های انرژی، قطارهای شناور و رایانه‌های مافوق سرعت کاربرد دارند.

اگر دو پاراگراف درهم ادغام شده باشند و لازم باشد از هم جدا شوند از جایی که پاراگراف یا جمله بعدی باید جدا شود علامت (←) را قرار می‌دهند.

مثال:

گروه فرهنگی - وزارت علوم، تحقیقات و فناوری کتاب «نظام ارزشیابی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی خارج از کشور را منتشر کرد.» به گزارش روابط عمومی این وزارتخانه، این کتاب حاصل تلاش چندین ساله کارشناسان اداره کل امور دانش‌آموختگان در زمینه بررسی کیفی و کمی مؤسسات آموزش عالی خارج از کشور است.

-چنانچه دوحرف یا دو کلمه با هم متصل شوند، یا فاصله آنها خیلی نزدیک شود و لازم باد که از هم جدا نوشته شوند. با علامت (/) نشان داده می شود .

مثال:

تشکلی موفق است که/از بطن دانشگاه به وجود آید.

اگر کلمات یک جمله، بیشتر از حد معمول با هم فاصله بگیرند با یک خط راست که در بالای آن دو شاخک به حالت سمت چپ و راست قرار دارد (Y) نشان داده می شود که مفهوم آن از بین بردن فاصله بین دو کلمه است.

مثال:

با تصویب هیأت وزیران، وزارت اقتصاد و دارایی، باز آپر داخت تسهیلات خارجی ۱۱ طرح صنعتی را تضمین می کند.

همچنین اگر دو جمله یا دو کلمه، گسست پیدا کرده و از هم جدا شده باشند. با فلش دو سر ابتدا و انتهای محل گسست را به هم وصل می کنند و مفهوم آن از بین بردن فاصله و قرار دادن جمله شکسته شده، در ادامه جمله قبلی است. تا حروفچین یا صفحه آرا آن را اصلاح کند.

مثال:

تبریز- ایسنا: تبدیل نوشتار فارسی در رایانه به صدا و تهیه یک ویراستار فارسی برای روشندان

از طرح های علمی دانشگاه آزاد تبریز است که توجه محافل علمی را برانگیخت.

برای اینکه جای دو کلمه را با هم را عوض کنند از علامت (□ □) استفاده می کنند

مثال:

آلودگی هوای تهران جدی است و در سال گذشته ۹۹۰۰ نفر از شهروندان تهرانی، یعنی روزی ۲۷ نفر جان خود را بر اثر آلودگی هوای تهران از دست داده‌اند. علاوه بر آن افزایش سه برابری میزان مراجعه قلبی بیماران به بیمارستان‌ها، سه و هفت برابر شدن شمار کودکان مبتلا به سرطان طی ۱۰ سال گذشته و ... همچنین هزینه‌های گزاف خسارت مالی که بر اساس آمار بانک جهانی، در سال ۲۰۰۴ بالغ بر هشت میلیارد دلار، یعنی حدود دو برابر بودجه واردات بنزین بر آورد گردید، از خسارت هوای آلوده تهران است. فقط خسارات ناشی از ذرات معلق در هوا، در سال ۲۰۰۵ بالغ بر ۱/۸ میلیارد ریال بوده است. که خودروهای فرسوده نقش مهمی در ایجاد این خسارات دارند.

برای اینکه پایان متن خبر را به صفحه آرا اعلام کنند از علامت (#) استفاده می‌کنند.

مثال:

وزیر سابق علوم، تحقیقات و فناوری ضمن بیان این مطلب که وزارت علوم به تنهایی نمی‌تواند تحولات ساختاری مؤثر انجام دهد، افزود: یکی از آفات توسعه علمی در هر کشوری مدرک‌گرایی است متأسفانه به خاطر تداخل در تصمیم‌گیری در سطوح اجرایی در بخش آموزش عالی در طول ۱۵ سال گذشته و توسعه بی‌رویه بدون منطق و پشتوانه علمی که در بخش غیر دولتی صورت گرفته، مدرک‌گرایی به طور جدی تقویت شده است. وی در ادامه به جوانان توصیه کرد، تا به جای اینکه به مدرک علمی فکر کنند به خود علم فکر کنند و تلاش کنند که از استعدادهای خدادادی خود برای کسب عالی‌ترین و بالاترین درجات علمی بهره‌گیرند. #

ویراستاران نشریات علاوه بر ویرایش رسم الخطی باید ویراستاری محتوایی نیز انجام دهند و اصل تناسب و معنا را در ویرایش محتوایی در نظر بگیرند. به عنوان مثال اگر ویراستار خبری را ویراستاری کند که در آن از سانحه تصادف دو اتومبیل سواری و کشته شدن ۲۰ نفر خبر داده می‌شود. ویراستار باید مشکوک شود، چرا که با یک حساب سر انگشتی واضح است که دو اتومبیل سواری ظرفیت ۲۰ نفر سرنشین را ندارد که در اثر تصادف آنها ۲۰ نفر کشته شوند.

مثال:

در یک خبر آمده بود؛

از درآمد یک توریست، برای شش نفر اشتغال ایجاد می شود

خبرهایی نظیر این، باید برای ویراستار سؤال برانگیز و به دنبال اصل خبر باشد و یا از خبرنگار تحقیق بیشتر پیرامون آن خبر را بخواهد. چرا که با کمی دقت و تأمل مشخص می گردد که اصل خبر چیست. در مورد خبر بالا پس از کمی تحقیق، مشخص شد که اصل خبر اینچنین بوده است:

درآمد حاصل از هر شش نفر توریست اشتغال یک نفر را در کشور فراهم می کند

در روزنامه‌ای در یک آگهی تبلیغاتی به جای « تاکسی تلفنی حر در خدمت شما » به اشتباه « تاکسی تلفنی خر در خدمت شما » نوشته شده بود. در یک روزنامه چاپ صبح نیز در تیتیر درشت صفحه دوم « فلسطین » به صورت « فلسستین » نوشته شده بود. یکی از روزنامه‌های صبح کشور نیز در بالای صفحه دو روزنامه خود به شکل زیر تیتیر نویسی کرد.

در واقع جمله درست تیتراژ این روزنامه اینگونه می‌باشد.

سربازان رژیم صهیونیستی وارد غزه شدند

روزنامه دیگری در یک پیام بازرگانی به جای «خانه فروشی، فوری» به اشتباه «خاله فروشی، فوری» نوشته شد و خبرها و آگهی‌های مشابه که ممکن است با سهل‌انگاری و پراستار، یک اشتباه کوچک در کلمات، بازتابی بزرگ و عواقبی تلخ را به دنبال داشته باشد که جبران آن بسیار مشکل باشد. در حالیکه در ویراستاری با کمی دقت آن مشکلات بر طرف می‌شوند.

بنا بر این لازم است یک ویراستار با دقت بر اصل تناسب درخبر، اجزای خبر را از نظر معنا، رسم الخط، علائم، معادل سازی و نشانه‌ها با دقت زیر نظر داشته باشد. در فصل‌های قبل علائم و نشانه‌ها و نکات نگارشی مهم آمده است.

استفاده از منبع خبر در لید

ویرستار باید در ویرایش، مبدأ و منبع را در ابتدای خبر (لید) بیاورد. در این خصوص بعضی از نشریات اخباری را که از منابع دیگر می‌گیرند برای کاستن از ماهیت اقتباسی بودن، منبع خبر را در پارگراف دوم بعد از لید می‌آورند. به این شکل که در لید نام سرویس مرتبط نشریه خود را می‌نویسند و در پارگراف بعدی نام منبع خبر را می‌آورند.

مثال:

خط فقر ۲۷۵ هزار تومان اعلام شد

گروه اجتماعی - سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور خط فقر یک خانوار پنج نفره را ۲۷۵ هزار تومان اعلام کرد. این در حالی است که در سال‌های گذشته این رقم نزدیک به ۱۹۰ هزار تومان گزارش شده بود.

مثال:

به گزارش روزنامه آفتاب، مطابق یافته‌های جدید سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، گروهی از اقشار جامعه که ماهانه بین ۲۱۰ تا ۲۷۵ هزار تومان درآمد دارند در دهک هشتم درآمدی کشور و زیر خط فقر قرار دارند.

این استدلال بر این اساس است که غیر از افراد شامل دهک هشتم، خانوارهای دهک نهم و دهم نیز در زیر خط فقر قرار دارند.

با توجه به سیاست‌هایی که طی یک‌ساله‌ی اخیر در زمینه‌ی فقرزدایی و آوردن نفت بر سر سفره‌های مردم طرح شده است؛ مشخص شدن اینکه چه تعدادی از جمعیت ایران در سطوحی زندگی می‌کنند که بر اساس آمار رسمی فقیر به شمار می‌روند و نیز یافتن پاسخ به سوالاتی از قبیل اینکه راهکارهای فقرزدایی و مبارزه با فقر و تحقق عدالت اجتماعی چیست و چگونه می‌توان این راهکارها را در ارتباطی منطقی و پیوسته با رشد اقتصادی قرار داد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در این میان، حداقل دستمزد اعلام‌شده برای سال جاری در حدود ۴۰ درصد کمتر از خط فقر برآورد شده است. با این وجود اعلام حداقل دستمزد با انتقاد بسیاری از کارشناسان و مدیران صنعتی مواجه شد و آنان تحمل این هزینه‌ها را فراتر از توان کنونی صنایع ایران می‌دانند.

اگر منبع خبر سرویس یا گروه خود نشریه یا روزنامه باشد، نام سرویس نوشته شده و پس از آن یک خط تیره آورده می‌شود که بعضی‌روزنامه‌ها از مثل روزنامه ایران از دو نقطه(:) استفاده می‌کنند، ولی بهتر است از خط تیره استفاده شود. سپس متن خبر آورده شود.

مثال:

سرویس آموزشی - در ششمین اجلاس اتحادیه دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی کشورهای حاشیه دریای خزر با ایجاد دانشگاه بین‌المللی خزر موافقت شد.

مثال:

سرویس فرهنگی - مدیر کل سازمان اسلامی، علمی، فرهنگی و آموزشی سازمان ملل متحد (آی سیسکو) و دبیر اتحادیه دانشگاه‌های جهان اسلام با رییس دانشگاه آزاد اسلامی دیدار کرد.

در خبرهای اقتباسی باید ابتدا مکان و سپس نام منبع خبر با دو نقطه (:) آورده شود.

مثال:

تهران - خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا): استاندار تهران اعلام کرد از هر ۱۰ نفر دانشجویی که برای تحصیل به دانشگاه‌های تهران می‌آیند، هفت نفر آنها پس از فارغ التحصیلی در تهران می‌مانند.

مثال:

مالزی - خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا): بر اساس آخرین آمار اعلام شده توسط وزارت آموزش عالی مالزی از هر ۱۰ دانشجوی مالزیایی هشت نفر دختر هستند.

ذکر منبع با علامت دو نقطه به مفهومی این است که این منبع خبری «گفت» یا «اعلام کرد» می‌باشد.

در واقع وقتی می‌نویسیم «تهران - خبرگزاری جمهوری اسلامی:»، منظور این است که خبرگزاری جمهوری اسلامی از تهران اعلام کرد.

برای خبرگزاری‌های داخلی به دلیل اینکه عمده فعالیت آنها در تهران است، رسانه‌ها در خبر اقتباسی نام محل منبع خبر را نمی‌آورند و فقط به ذکر نام نشریه اکتفا می‌کنند. اما برای منبع خبر خارجی و یا منبع خبر داخلی که محل آن در شهرستان‌ها است محل منبع خبر ذکر می‌گردد.

ساری - خبرنگار کیهان:

کرج - خبرگزاری جمهوری اسلامی:

تهران - خبرگزاری فرانسه:

تهران - خبرگزاری دانشجویان ایران:

گروه حوادث -

گروه بین الملل -

ویراستاری در چیدن تیترو

ویراستار باید دقت کند تیترو انتخاب شده زیاد مبهم و دور از ذهن نباشد که خواننده را از اصل موضوع دور کند. بلکه باید به گونه‌ای باشد که خواننده را به خواندن خبر ترغیب کند.

مثال:

تربون دانشجو هنوز تسخیر نشده است

در تیترو بالا منظور گوینده واضح نیست و معلوم نیست منظور تیترو از این خبر چیست؟ ممکن است عده‌ای با خواندن آن برداشت مثبت داشته باشند و عده‌ای نیز آن را منفی بدانند.

این نوع تیترو در ذهن خواننده ایجاد سؤال می‌کند. لذا بازی با کلمات و ایجاد ابهام در تیترو به طوری که حد و مرز آن شناخته شده باشد و ابهام پیدا نکند به جذابیت خبر کمک و خواننده را با انگیزه بیشتر به خواندن متن ترغیب می‌کند. اما باید توجه داشت، این ابهام به گونه‌ای نباشد که خواننده را دچار سردرگمی کند. در ویراستاری باید دقت شود حتی‌الامکان تیترو فعل داشته باشد.

مثال:

احضار استاد دانشگاه علامه طباطبایی به حکم قاضی

به حکم قاضی استاد دانشگاه علامه طباطبایی احضار شد

مثال:

کاهش تولید لوازم خانگی در سال جاری

تولید لوازم خانگی در سال جاری کاهش یافت

مثال:

معاون آموزشی و دانشجویی وزارت بهداشت:
**بی تفاوتی دانشجویان، خطرناک‌تر از
 تندروری‌های برخی تشکل‌ها**

معاون آموزشی و دانشجویی وزارت بهداشت:
**بی تفاوتی دانشجویان از تندروری‌های
 برخی تشکل‌ها خطرناک‌تر است**

در مواردی که تیتیر بدون آوردن فعل از ضرب آهنگ و تأثیرگذاری بیشتری برخوردار است، بهتر است بدون فعل بیاید.

مثال:

**نیروی انتظامی
 به محتکران و سارقان مسلح هشدار داد**

**هشدار نیروی انتظامی
 به محتکران و سارقان مسلح**

مثال:

مافیا در ایتالیا دانشگاه‌ها را هم در اختیار دارد

دانشگاه‌های ایتالیا هم در اختیار مافیا

ویراستار باید ایجاز را در تیتیر رعایت کند و تیتیر را تا جایی که امکان دارد به صورت مختصر به صفحه آرا بدهد.

مثال:

شورای نگهبان طرح مجازات اخلاکگران در نظام اقتصادی کشور را

مغایر با موازین شرع و قانون اساسی ندانست

شورای نگهبان طرح مجازات اخلاکگران

در نظام اقتصادی کشور را تأیید کرد

تأیید طرح مجازات اخلاکگران

در نظام اقتصادی کشور، توسط شورای نگهبان

تیتیر نباید در صفحه آرایبی بیش از حد شکسته شده و کلمات زیر هم قرار بگیرند. در این صورت می‌توان با تغییر فونت قلم و انتخاب رو تیتیر، از شکسته شدن بیش از حد تیتیر کاست. البته لازم به یادآوری است که تیتیر باید یک جمله کامل باشد و روتیتیر به کامل‌تر شدن آن کمک کند.

مثال:

اولویت‌های کاری

چهار سال آینده

رییس جمهور از نگاه

دانشجویان مطرح شد

از نگاه دانشجویان

اولویت‌های کاری چهار سال آینده رییس جمهور مطرح شد

**برای اولین بار
دانشجویان دانشگاه
آزاد از طریق اینترنت در
کلاس درس نشستند**

**برای اولین بار از طریق اینترنت
دانشجویان دانشگاه آزاد، در کلاس درس نشستند**

در هنگام شکست واژه‌های تیترا باید دقت کرد که تفکیک به صورت زیر انجام نشود تا در اثر شکست، معنی کلمه تغییر کند و خواندن آن دشوار شود.
مثال:

**در ادامه بحران سیاسی
بیش از ۱۰۰ قاضی و دادیار
پرواز کار برکنار شدند**

در تیترا بالا کلمه ابتدای سطر دوم «پرواز کار» خوانده می‌شود در حالی که ویراستار با کمی دقت و شکست اصولی واژه متوجه می‌شود که تیترا به صورت زیر بوده و منظور کشور پرو می‌باشد.

**در ادامه بحران سیاسی
بیش از ۱۰۰ قاضی و دادیار پرو
از کار برکنار شدند**

در مواقعی که تیتراها لازم است به دو سطر یا بیشتر تقسیم شوند باید دقت شود که هنگام شکستن سطرها ویرگول پایان سطر اول حذف شود. همچنین تیترا نیاز به نقطه گذاشتن در پایان جمله ندارد.

**ارتقا کیفی دانشگاه‌ها ،
شرط موفقیت برنامه‌ها است.**

**ارتقا کیفی دانشگاه‌ها
شرط موفقیت برنامه‌ها است**

در مواردی نیز ممکن است یک کلمه معنای متفاوت داشته باشد که باید دقت شود موجب ابهام و گنگ شدن جمله یا خبر نشود.
مثال:

برای اولین بار نماز جمعه در دوشنبه برگزار شد

برای اولین بار نماز جمعه در دوشنبه پایتخت تاجیکستان برگزار شد

تیتیر باید روان بوده و به سادگی برای خواننده قابل فهم باشد. روزنامه همشهری مورخ ۱۱ مرداد ۸۵ تیتیر زیر را بالای یکی از صفحات خود درج کرد.
توقیف کتاب «رمز داوینچی»

هفت روز پیش فهمیدیم هفت چاپ اشتباه رفته‌ایم

درواقع منظور تیتیر بالا این است: کتاب «رمز داوینچی» که پیش از این هفت دوره در ایران چاپ شد از هفته گذشته چاپ هشتم آن توقیف شد.

بعد از هفت دوره چاپ در ایران هفته گذشته

هفته گذشته چاپ هشتم کتاب «رمز داوینچی» توقیف شد

تذکر: در همه توصیه‌های فوق باید دقت شود مفهوم و معنای تیتیر تغییر پیدا

نکند.

فصل نهم

صفحه آرایی

صفحه آرای

کلیه کارهای صفحه آرای و زیبا سازی نشریه در قالب امور گرافیکی انجام می شود و گرافیکست باید با بهره گیری از آموخته ها، تجربیات، ابتکار، خلاقیت و توانایی خود و با رعایت اصول گرافیکی، نشریه را به بهترین و جذاب ترین شکل صفحه آرای نماید.

لذا صفحه آرای و زیبا سازی نشریه ترکیبی از اصول تیتراژ، متن، عکس، ترکیب رنگ، طرح، اجزای تیترها، نمودار، جدول و... همچنین ذوق و هنر طراح و گرافیکست است.

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 خبر، به ساده ترین شکل ممکن با خلق ابتکار در صفحه، از طریق بصری و شکل آرایش صفحه میزان اهمیت و ارزش مطلب را به خواننده انتقال دهد.

صفحه آرا علاوه بر دانستن اصول گرافیکی، باید با یکی از نرم افزارهای رایانه ای ویژه کارهای گرافیکی و صفحه بندی از جمله پیچ میکر، گزل، ایندزاین، فتوشاپ،

کوارک و ... تسلط داشته باشد. چون صفحه‌آرایی تا حد بسیار زیادی سلیقه‌ای و وابسته به خلاقیت، ابتکار و مهارت شخص صفحه‌آرا است.

در نشریات دانش‌آموزی یکی از مهمترین کارها، انتخاب نام و طراحی نام نشریه به شکلی زیبا به صورت آرم و نشانه نشریه «لگو» است. برای انتخاب اسم باید نکاتی را مد نظر داشت که در فصل مدیریت در نشریات آمده است.

لگو علاوه بر اینکه معرف ماهیت و کلیات کار نشریه است، تا حدودی چارچوب و مواضع نشریه را برای مخاطب معرفی می‌کند.

لذا تأثیر بسزایی در جلب توجه مخاطب به نشریه و جذب و افزایش انگیزه وی، برای خواندن نشریه دارد.

لگو در نشریات دانشجویی، بعد از انتخاب اسم نشریه و تأیید نهایی اسم توسط گرافیست، با راهنمایی سردبیر طراحی می‌شود.

اصول مهم و تأثیرگذار در طراحی گرافیکی اسم نشریه (لگو)

پس از انتخاب اسم نشریه و تأیید نهایی آن، باید برای طراحی لگو (طراحی اسم نشریه به صورت هنری) به طراح و گرافیست داده شود، تا او با استفاده از خلاقیت و ابتکار هنری، لگو نشریه را به شکلی زیبا، جذاب و هنری کند.

ویژگی‌های لگوی نشریه

ایجاد جاذبه برای نشریه

نحوه حروفچینی، رنگ‌های خیره‌کننده، هنر و خلاقیت در طراحی و استفاده از طرح ابتکاری و ... سبب جلب توجه هر چه بیشتر لگوی نشریه و در نهایت جذب مخاطب برای نشریه می‌شود.

لذا لگوی نام نشریه باید درشت‌تر از سایر اجزا با قلمی متفاوت و هنرمندانه با استفاده از رنگ‌های قوی و خیره‌کننده در بالای صفحه اول نشریه درج گردد.

استفاده از اصل تضاد

هر عامل تحریک کننده‌ای که با امور اطراف خود اختلاف داشته باشد، بیشتر جلب توجه می‌کند. به همین دلیل در لگوی نشریه نیز از اصل تضاد استفاده شود و موارد زیر در رسم الخط لگو به کار گرفته شود.

۱- رنگ استفاده شده در لگو با رنگ سایر اجزا و اشکال نشریه در اطراف لگو، متفاوت باشد.

۲- شکل و نوع حروف انتخاب شده لگو، با فضا و اجزای اطراف متفاوت باشد و در طراحی حروف از اشکال هنری و ابتکاری ساده استفاده شود.

۳- در صورت تک‌رنگ بودن نشریه، سعی شود اسم نشریه با رنگ سیاه در زمینه سفید و رنگ سفید در زمینه سیاه و یا در صورت رنگی بودن نشریه برای لگو از رنگ‌های خیره کننده قرمز، زرد، نارنجی و... که دارای طول موج بیشتر هستند و بهتر به دید می‌آیند، استفاده شود.

۴- لگوی نشریه درشت‌تر از سایر مطالب و اجزای نشریه نوشته شود.

۵- اگر نام نشریه بیش از یک کلمه است، اندازه حروف یکسان باشد.

استفاده از طرح‌های ابتکاری و جدید

برای جلب توجه بیشتر و جذاب شدن نشریه برای مخاطبان باید از طرح‌های گرافیکی نو به صورت ابتکاری و هنری ساده استفاده شود. در لگو اگر استفاده از طرح‌های گرافیکی مقدور نبود، بهتر است از خط نستعلیق یا شکسته نستعلیق استفاده شود.

استفاده از اصل عادت

چنانچه مخاطبان به چیزی عادت کنند، به طور طبیعی توجه آنها برحسب عادت جلب شده و برای آنها دارای اهمیت و جذابیت خواهد بود.

لذا با توجه به اینکه مخاطبان به طور معمول به ستون و شکل ثابت در نشریه عادت می‌کنند، باید شکل لگو نشریه به طور ثابت طراحی شده و در جایی ثابت درج شود.

اصل زیبایی

زیبایی طرح و لگوی نشریه در جذب مخاطب و ایجاد انگیزه برای مخاطبان و تبدیل مخاطب به خواننده نقش مؤثری دارد، لذا لگوی نشریه باید از زیبایی لازم برخوردار باشد تا مورد پسند عامه مخاطبان قرار گرفته و از جذابیت و نفوذ در مخاطب برخوردار باشد.

تناسب با محتوا

بهبتر است در طراحی گرافیکی لگو، نوعی تناسب و ارتباط با سیاست کلی و زمینه انتشار نشریه آورده شود. اما الزامی نیست. به عنوان مثال اگر نشریه‌ای در زمینه تخصصی رشته عمران منتشر می‌شود، بهتر است در طرح هنری لگو به نوعی خلاقانه و به صورتی زیبا در شکل ظاهری آن، نمادی از سازه یا مشخصه‌ای از گرایش عمران آورده شود. یا برای رشته حقوق می‌توان با توجه به بحث عدالت، از ترازو استفاده کرد. البته ترازوی قانون به دلیل استفاده زیاد کلیشه‌ای شده است، بهتر است نشریه حقوقی طرح دیگری را جایگزین کند که مفهوم و نماد حقوقی و قضایی داشته باشد، در غیر این صورت می‌توان نماد ترازو را به شکلی هنری، متفاوت با لگوی سایر نشریات حقوقی طراحی کرد.

خوانا بودن لگو

در لگو زیبایی اصل است، اما با این وجود نباید خوانا بودن لگو، فدای زیبایی شود، اسم نشریه در قالب لگو باید به سادگی قابل خواندن باشد، چون اصول طراحی لگو با آرم تا حدی متفاوت است. اگر چه بسیاری از گرافیک‌ها لگو را آرم نشریه می‌دانند.

پس از لگو نشریه، گرافیکست باید برای صفحه آرایه صفحات نشریه نکات مهم دیگری را مد نظر داشته باشد.

عناصر گرافیکی برای صفحه آرایه عبارتند از :

- عکس، طرح (کاریکاتور، طراحی، نقاشی و...):
- اجزای تیتراژ؛
- متن‌های مختلف نشریه؛
- جدول‌ها، نقشه‌ها و نمودارها؛

لذا برای کار گرافیکی و صفحه آرایه بر روی موارد فوق باید عوامل زیباسازی مد نظر قرار گیرد.

عناصر زیباسازی گرافیکی

استفاده از عکس بزرگ

بزرگ بودن عکس جذابیت بیشتری به شکل صفحه آرایه می‌دهد البته عکسی که بزرگ می‌شود باید از کیفیت خوب و مناسب و شرایط لازم برای یک عکس خبری، برخوردار باشد. ضمن اینکه باید متناسب با ارزش خبری و اهمیتی که دارد بزرگ شود. برای خبرهای کم اهمیت نیازی به آوردن عکس نیست. بهتر است فضای خالی در صفحه، به عکس خبرهای پر اهمیت داده شود.

تناسب تعداد و اندازه عکس‌ها

صفحه آرا باید تناسب و تعداد عکس در یک صفحه را مدنظر داشته باشد. اندازه عکس‌ها باید با میزان و اندازه متن و تیتراژ آن متناسب داشته باشد. در صورت نداشتن

عکس فضای خالی صفحه را با ارایه سوتیتورها، تیتورها و اشکال گرافیکی مناسب، به همراه زیبایی لازم پر کند. در این موارد باید دست صفحه آرا باز باشد تا با خلاقیت خود به زیبایی صفحه بیفزاید.

ایجاد فضای خالی در صفحه

تأثیر فضای سفید در نقاط مختلف صفحه، به منظور جلب نظر مخاطب انکار ناپذیر است. فضای سفید در صفحه باعث می‌شود، تا بین مطلب متن و صفحه کاغذ نوعی فضا ایجاد شود و مطلب به صورت برجسته‌تر جلوه داشته باشد. همچنین به تقسیم‌بندی صفحه بدون خط کشی کمک می‌کند. زیرا در صفحه‌آرایی بسیاری از خط‌کشی‌ها و کادرها ناکارآمد و زاید هستند.

استفاده از ترام برای تنوع

برای یکنواخت و خسته‌کننده نشدن صفحه، در صورت نداشتن عکس، جدول و... می‌توان از ترام خاکستری در نشریات تک رنگ و ترام رنگی مناسب در نشریات با چاپ رنگی استفاده کرد. باید دقت داشت که درصد ترام از حداکثر ۲۰ درصد بیشتر نشود چون در این صورت، در هنگام چاپ و تکثیر تا حدودی با متن همراه خود ادغام و موجب ناخوانا شدن متن می‌شود.

استفاده از اصول رنگی

استفاده از رنگ‌های متعدد خیره‌کننده (کنتراست‌های تند) در روزنامه‌های رنگی و رنگ‌های سیاه و سفید زیاد در روزنامه به صورت تک رنگ و با درصد نگاتیو ترام بالا و زیاد باعث می‌گردد صفحه سنگین و شلوغ شود. باید میزان به کارگیری رنگ‌ها در صفحه مناسب و متعادل باشد.

همچنین در صفحه‌ای که از عکس‌های رنگی استفاده شد، باید از به‌کار بردن تیتريهای رنگی متنوع زیاد، خودداری کرد و سعی شود کم‌تر از تیتريهای رنگی متنوع استفاده شود تا زیبایی بصری صفحه مورد تهدید قرار نگیرد. در واقع استفاده از رنگ‌های متنوع اگر از حد بگذرد، نه تنها مفید نیست، بلکه اثر منفی را نیز به همراه خواهد داشت.

توجه به آگهی‌های صفحه

در بعضی مواقع سفارش دهندگان آگهی برای کار خود آگهی شلوغ با رنگ‌های متنوع و پس زمینه‌های رنگی، ارایه می‌دهند و می‌خواهند آگهی آنان در کنار مطالب درج شود. ویراستار و صفحه آرا باید دقت کنند که حجم و نوع آگهی صفحه، مطالب صفحه را تحت‌الشعاع قرار نداده و تعادل صفحه را بر هم نزنند. در صورتی که بیش از نصف صفحه آگهی درج گردید، بهتر است از مطالبی که عکس دارند استفاده نشود و یا اگر وجود عکس الزامی باشد، فاصله عکس متن از آگهی رعایت گردد.

استفاده از تیتريهای کوتاه

تیتريهای کوتاه می‌تواند به اصل تضاد در صفحه کمک کند و فضای مفیدی در صفحه ایجاد نماید که به برجسته‌سازی مطالب و طرح‌های صفحه کمک می‌کند.

استفاده از خط و کادر کمتر در صفحه

در روزنامه‌های امروز دنیا، سعی می‌شود کمتر از کادر و خط استفاده شود و سعی می‌کنند به‌وسیله تیتريها، عکس‌ها، مطالب و حداکثر استفاده از ترام‌های ملایم، مرزبندی لازم را بین خبرهای مختلف ایجاد کنند. البته در مواردی که استفاده از خط و کادر به زیبایی صفحه بیفزاید، از آن استفاده می‌کنند که خود، کاری سلیقه‌ای محسوب می‌شود.

از طرف دیگر در مواقعی کادر و خط موجب برجسته شدن مطلب خبری یا عکس می‌شود، که نیاز است با توجه به اهمیت مطلب از کادر استفاده شود. به همین دلیل صفحه‌آرا باید با درایت و ابتکار خود ترکیبی از خط، کادر و فضای خالی را با خلاقیت و تجربه هنری خود، استفاده نماید.

در روزنامه و نشریات به طور معمول برای قلم متن از قلم‌های میترا، نازنین، لوتوس و یاقوت در اندازه های ۱۰ تا ۱۳ استفاده می‌شود و برای تیتراها از قلم‌های زر، جدید و تیترا استفاده می‌کنند.

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم میترا در اندازه ۱۰

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم نازنین در اندازه ۱۰

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم لوتوس در اندازه ۱۰

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم یاقوت در اندازه ۱۰

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم میترا در اندازه ۱۲

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم نازنین در اندازه ۱۲

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم لوتوس در اندازه ۱۲

قلم متن برای نشریات دانشجویی با قلم یاقوت در اندازه ۱۲

قلم تیتراها برای نشریات دانشجویی با قلم زر در اندازه ۱۳

قلم تیتراها برای نشریات دانشجویی با قلم جدید در اندازه ۱۳

قلم تیتراها برای نشریات دانشجویی با قلم تیترا در اندازه ۱۳

مشخصات نشریه، سرصفحه و کلیشه

همچنین صفحه‌آرا باید با توجه به اصل زیبایی در بالا یا محلی مناسب در صفحات نشریه، سال انتشار، شماره نشریه، تاریخ انتشار، زمینه‌انتشار، ارگان منتشر کننده، شماره صفحه و نمونه‌ای کوچک شده از لگوی نشریه را درج نماید.

مثال:



الزامی نیست که موارد فوق فقط در بالای صفحه بیاید، بلکه گرافیک می‌تواند بر اساس سلیقه خود و زیبایی صفحه به اشکال مختلف اطلاعات نشریه را طراحی و چینش کند.

کلیشه نیز برای هر بخش و هر قسمت یک علامت یا نماد جدا کننده است و مطالب قسمت‌ها و سرویس مختلف را از هم تفکیک می‌کند. چند نمونه از کلیشه به کار رفته در یک نشریه دانشجویی در ادامه آمده است.



در صفحه اول علاوه بر موارد بالا، قیمت و گاهی تعداد صفحات نشریه نیز در اطراف لگو باید نوشته شود.

ستون بندی، قطع و قالب صفحات نشریه

قطع صفحات برای روزنامه‌ها، ماهنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و مجلات با توجه به وضعیت مالی، حرفه‌ای، اجتماعی و سیاست‌کاری آنان متفاوت است و هر کدام دارای اندازه مشخصی هستند.

در روزنامه‌های کشور، از قطع صفحه $۴۲/۵ \times ۶۲$ در ۱۰ ستون $۳/۵$ سانتیمتری و قطع $۳۵ \times ۴۹/۵$ در ۸ ستون $۳/۵$ سانتیمتری که فاصله ستون‌ها $۰/۵$ سانتیمتر است، استفاده می‌کنند.

نشریاتی که از امکانات چاپ و چاپخانه برخوردار نیستند، از قطع کوچکتر استفاده می‌کنند.

نشریات دانشجویی نیز به دلیل نداشتن پشتوانه مالی مناسب و برخوردار نبودن از امکانات چاپ، در قطع کوچک منتشر می‌شوند و به طور معمول قطع $۲۱ \times ۲۹/۷$ (کاغذ A۴) را برای نشریه خود انتخاب می‌کنند.

علاوه بر آن خوانندگان و مخاطبان نشریات دانشجویی قطع A۴ را می‌پسندند و تأثیر آن بر روی مخاطبان بیشتر است.

در مجلات و نشریات، ستون‌بندی و صفحه‌آرایی تا حدی با روزنامه‌ها که از ستون‌های $۳/۵$ سانتیمتری استفاده می‌کنند، متفاوت است. با توجه به کوچک بودن قطع مجلات و محدودیت فضا و کم بودن قدرت مانور برای صفحه‌آرایی، باید با ترکیب اجزای مطالب نشریه زیباترین شکل را به صفحه داد.

صفحه‌آرایی در مجلات از نظر ستون‌بندی تا حدی آزادتر از روزنامه‌ها است. ولی خلاقیت هنری بیشتری را طلب می‌کند، که شامل نشریات دانشجویی نیز می‌شود.

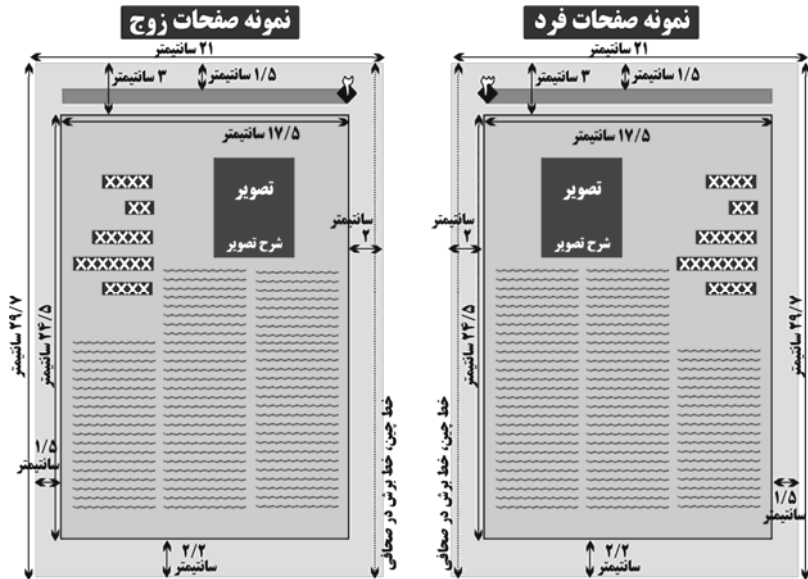
با این وجود بهتر است، نشریات دانشجویی باصفحات سه و چهار ستونی صفحه‌آرایی شوند. که در این میان حالت سه ستون، مناسب‌ترین حالت ستون‌بندی است.

قبل از اینکه عناصر گرافیکی در صفحه‌آرایی و ستون‌بندی ایجاد شوند، لازم است حاشیه صفحه برای همه صفحات به صورت قالب کلی تعریف شود. با توجه به اینکه قطع مناسب برای نشریات دانشجویی قطع $21 \times 29/7$ سانتیمتر است. پیشنهاد می‌شود حاشیه صفحات به اندازه‌های زیر تعریف شود.

برای صفحات زوج؛ فاصله از لبه بالایی ۳ سانتیمتر، فاصله از لبه پایینی $2/2$ سانتیمتر، فاصله از سمت چپ $1/5$ سانتیمتر و فاصله از سمت راست ۲ سانتیمتر که نیم سانتیمتر آن برای برش هنگام صحافی نشریه گذشته می‌شود) برای صفحات فرد؛ فاصله از لبه بالایی ۳ سانتیمتر، فاصله از لبه پایینی $2/2$ سانتیمتر، فاصله از سمت چپ ۲ سانتیمتر (نیم سانتیمتر آن برای برش هنگام صحافی نشریه گذشته می‌شود) و فاصله از سمت راست $1/5$ سانتیمتر؛

در واقع اندازه مفید قالب کار صفحه‌آرایی به ویژه برای متن نشریات دانشجویی حدود $24/5 \times 17/5$ است که در این اندازه قالب صفحه، می‌توان متن را به چهار ستون ۴ سانتیمتری با فاصله $0/5$ سانتیمتر (برای متن‌های طولانی و بلند) یا از ۳ ستون $5/5$ سانتیمتری با فاصله $0/5$ سانتیمتر (به طور معمول برای کلیه متن‌ها حتی برای متن طولانی) و یا دو ستون $8/3$ سانتیمتری با فاصله ستون $0/9$ سانتیمتر (برای مقالات علمی که دارای فرمول و واژه‌های لاتین هستند) استفاده کرد. در حال حاضر نرم افزارهای مختلف کار صفحه‌آرایی را برای مدیر هنری آسان و راحت نموده‌اند و صفحه‌آرا می‌تواند با تعریف حاشیه برای صفحه یک باکس باز کرده و در آن متن را قرار دهد، البته برای هر متن باید یک باکس جداگانه باز کرد. سپس با توجه به نرم‌افزار صفحه‌آرایی، به آن فرمان ستون‌بندی و فاصله ستون را داد. البته رعایت موارد گفته شده در بالا برای تعداد و فاصله ستون‌ها باید رعایت شود.

سطر اول هر پارگراف باید حداقل نیم سانتیمتر از سطرهای دیگر جلوتر باشد. در ادامه چند نمونه از ستون‌بندی صفحات با رعایت فاصله آمده است.



فقد

مجموعه تلویزیونی ماحدلان

مجموعه تلویزیونی ماحدلان، یکی از بهترین آثار تلویزیونی کشور است. این مجموعه در سال ۱۳۸۰ میلادی در ۱۰ قسمت پخش شد. کارگردان این مجموعه آقایان ماحدلان و سعید بهرامی است. این مجموعه با بازیگری توانمندانه و فیلمبرداری حرفه‌ای، توانسته است مخاطبان را به دنیای ماحدلان و سعید بهرامی ببرد. این مجموعه یکی از بهترین آثار تلویزیونی کشور است.

این مجموعه تلویزیونی، یکی از بهترین آثار تلویزیونی کشور است. این مجموعه در سال ۱۳۸۰ میلادی در ۱۰ قسمت پخش شد. کارگردان این مجموعه آقایان ماحدلان و سعید بهرامی است. این مجموعه با بازیگری توانمندانه و فیلمبرداری حرفه‌ای، توانسته است مخاطبان را به دنیای ماحدلان و سعید بهرامی ببرد. این مجموعه یکی از بهترین آثار تلویزیونی کشور است.

امپراتوری آمریکا

جنگ

امپراتوری آمریکا، یکی از قدرتمندترین امپراتوری‌ها در تاریخ است. این امپراتوری در سال ۱۸۹۸ میلادی به وجود آمد و تا سال ۱۹۱۴ میلادی در اوج قدرت خود رسید. این امپراتوری با تسلط بر بخش بزرگی از کره شمالی، توانسته است به بزرگترین امپراتوری تاریخ تبدیل شود. این امپراتوری با استفاده از قدرت نظامی و اقتصادی خود، توانسته است به بزرگترین امپراتوری تاریخ تبدیل شود.

این امپراتوری، یکی از قدرتمندترین امپراتوری‌ها در تاریخ است. این امپراتوری در سال ۱۸۹۸ میلادی به وجود آمد و تا سال ۱۹۱۴ میلادی در اوج قدرت خود رسید. این امپراتوری با تسلط بر بخش بزرگی از کره شمالی، توانسته است به بزرگترین امپراتوری تاریخ تبدیل شود. این امپراتوری با استفاده از قدرت نظامی و اقتصادی خود، توانسته است به بزرگترین امپراتوری تاریخ تبدیل شود.

سعی شود در نشریات از صفحه‌آرایی به صورت یک ستونی اجتناب شود، زیرا علاوه بر محروم ماندن نشریه از زیبایی، باعث می‌شود که خواننده هنگام خواندن سطرها را گم کند و مهمتر آنکه حواس خواننده بیشتر از آنکه به خواندن متن باشد به فکر پیدا کردن سطر بعدی باشد.

باید دقت شود صفحات بیش از حد پر و شلوغ نشود. سعی شود از قالب مفید کار صفحات، دو سوم به متن و یک سوم به عکس، طرح و اصول گرافیکی و زیباسازی صفحه اختصاص یابد.

برای صفحاتی مثل شعر، قطعات ادبی، طرح و... که به نظر می‌رسد برای کار هنری، نیاز به فضای خالی بیشتری است اشکالی ندارد که از فضای خالی بیشتر استفاده شود و متن کمی در آن گنجانده شود، چون فضای خالی تأثیرگذاری محتوا را بیشتر می‌کند. اما نباید به گونه‌ای باشد که نشریه خالی شود و اینگونه به نظر برسد که به سبب کمبود محتوا، فضای خالی گذاشته شد. ضمن اینکه طراحی و حالت قرار گرفتن فضای خالی متناسب با طرح صفحه و در نظرگیری محدودیت صفحات نشریه بسیار مهم است.

لازم است، از ترکیب تیتراژ، سوتیتراژ، فضای سفید و استفاده از میزان متن مناسب در هر صفحه (برای خسته نشدن مخاطب)، عکس، طرح، خلاقیت‌های ابتکاری همچنین اصول گرافیکی برای هر چه بیشتر جذاب کردن شکل ظاهری نشریه استفاده شود.

همچنین باید دقت داشت، که صفحه‌آرایی صفحه اول با سایر صفحات نشریه متفاوت است و تیتراژها بر اساس اهمیت و اولویت در اندازه قلم‌های مختلف از بالا به پایین درج می‌گردند. هر چه اهمیت خبر بیشتر باشد تیتراژ آن در اندازه بزرگتر و در بالای صفحه قرار می‌گیرد و به طور معمول چند نمونه از مهمترین عناوین و تیتراژهای محتوای نشریه به تشخیص سردبیر در صفحه اول قطع روزنامه‌ای یا روی جلد قطع مجله‌ای آورده می‌شود.

مراحل اجرایی صفحه آرایی

به طور کلی کار صفحه آرا، پس از تایپ، نمونه خوانی، انتخاب تیترا، سوتیترها، عکسها، طرحها و جمع آوری کلیه مطالب و ویرایش آنها آغاز می‌شود. مدیر فنی برای صفحه آرایی می‌تواند با استفاده از هنر زیباسازی، خلاقیت و تجربه خود با طراحی و جابجایی مطالب و عکسها و ترکیب هماهنگ آنها در داخل صفحه، به بهترین و جذاب‌ترین شکل صفحات نشریه را صفحه آرایی نماید که مورد علاقه و توجه خوانندگان نشریه قرار گیرد.

بعد از ویرایش محتوای نشریه توسط ویراستار، سردبیر اهمیت مطالب نشریه را بر اساس ارزش و اعتباری که دارند، اولویت بندی کرده و اندازه تیترها، تصاویر، صفحه درج، تعداد ستون تخصیصی و محل قرار گرفتن در ستون، کادرگذاری یا میزان برجستگی مطلب، رنگی بودن و... را برای صفحه آرا مشخص می‌کند. سپس صفحه آرا بر اساس مشخصاتی که توسط سردبیر تعیین شد، با استفاده از خلاقیت، تجربه و دانسته‌های خود در زمینه گرافیک، کار خود را آغاز می‌کند.

قلم متن

صفحه آرا باید دقت داشته باشد، فونت و اندازه قلم در کل صفحات نشریه، ثابت و مشترک باشد به جز در موارد خاص مثل شعر، فکاهی و آگهی‌های تبلیغاتی که می‌توان از قلم‌های متنوع استفاده کرد.

بهتر است از قلم‌های نازنین، لوتوس، میترا، یاقوت و شیرین در اندازه‌های ۱۰ تا ۱۳ استفاده شود.

ارزش ستونها

تعداد ستون‌های هر مطلب در عرض یک صفحه با اهمیت آن نسبت مستقیم دارد. هر چه تعداد ستون‌های یک خبر بیشتر باشد، اهمیت آن خبر نیز بیشتر می‌شود.

باید دقت داشت که ارزش خبری روزنامه‌ها از ستون‌های سمت راست به طرف ستون‌های وسط نشریه پایین می‌آید و از وسط به طرف ستون‌های سمت چپ ارزش آن افزایش می‌یابد. ستون‌های سمت چپ دارای ارزشی بیش‌تر از ستون‌های وسط و کم‌تر از ستون‌های سمت راست هستند.

صفحات نشریات به‌خصوص روزنامه‌ها نیز دارای ارزش متفاوت هستند. صفحه اول در روزنامه‌ها و روی جلد در مجلات بیشترین ارزش خبری و تبلیغاتی را دارند و پس از آن صفحه آخر دارای بالاترین ارزش است، سپس صفحه دوم و سوم در رتبه بندی بعدی ارزش قرار دارند. پس از موارد بالا، یک و دو صفحه مانده به آخر دارای ارزش هستند.

صفحات وسط به طور معمول دارای ارزشی نزدیک به هم هستند و اختلاف چندانی ندارند.

به دلیل اینکه خوانندگان روزنامه در کشورمان با زبان فارسی که رسم‌الخط نشریات کشورمان است سرو کار دارند، روزنامه را ابتدا از سمت راست و از بالا مطالعه می‌کنند، لذا اولین ستون‌هایی که به چشم می‌خورند، ستون‌های سمت راست بالای صفحه هستند. به این دلیل ارزش ستون‌های سمت راست از ستون‌های سمت چپ و وسط بیشتر است.

اهمیت مطالب در هر صفحه با توجه به نقطه دید خواننده از بالا به پایین کاهش می‌یابد و مهمترین خبرها در بالای صفحه و کم اهمیت‌ترین آنها در پایین صفحه جای می‌گیرد.

صفحه آرا با ابتکاری که دارد، چنانچه با کمبود جا مواجه شد می‌تواند برای صفحه آرای مطالبی که دو ستون سمت راست را پر می‌کند از نظر ارزش ستون، جای آن را با سه ستون سمت چپ یا وسط عوض کند.

صفحه آرا باید سعی کند جهت زیبا و جذاب شدن صفحه برای متن‌ها از عکس و طرح گرافیکی استفاده کند. چنانچه استفاده از عکس و طرح امکان پذیر نباشد، باید از سو تیتز به شکل هنری و جذاب برای زیبایی صفحه استفاده کند.

استفاده از فضای خالی اطراف لگو

در روزنامه‌ها که لگوی اسم در وسط بالای صفحه اول قرار دارد در دو طرف آن به طور معمول مهمترین خبرهای بعد از خبر اصلی را می‌آورند. در صفحه اول قطع‌روزنامه‌ای در رسانه‌های جامعه، بعضی مواقع به مناسبت‌های مختلف بالای لگوی ثابت نشریه، یک جمله گرامیداشت مناسب آورده می‌شود. در نشریاتی که لگوی آنها در سمت چپ یا راست قرار می‌گیرد طرف دوم به درج مهم‌ترین خبرهای بعد از خبر اصلی و یا آگهی اختصاص می‌یابد. در صفحه آرایبی کم اهمیت‌ترین خبرها و آگهی تبلیغاتی در پایین صفحه و خبرهایی که از ارزش و اهمیت خبری بیشتری برخوردار هستند در بالای صفحه درج می‌شوند.

هدایت خوانندگان به خواندن خبرها بر اساس اولویت تعیین شده

مهم‌ترین و جالب‌ترین مطالب و اخبار در بهترین جای صفحه قرار می‌گیرد. صفحه آرا علاوه بر زیباسازی صفحه، اهمیت اخبار را نیز باید مد نظر داشته باشد و مطالب مهم را به‌گونه‌ای صفحه آرایبی نماید که به سادگی در دسترس خواننده قرار گیرد. صفحه آرا و مدیر فنی و هنری باید طراحی صفحه را طوری تدارک ببیند که در اولین نگاه مخاطب را به خود جذب نماید که این مهم در صفحه اول نشریه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

چرا که صفحه‌ی اول علاوه بر آنکه اولین جای نشریه است که در معرض دید مخاطب قرار دارد، باید بتواند در رقابت با نشریات دیگر نظر مخاطبان را بیشتر به خود جذب و جلب کند. در واقع صفحه اول ویتترین نمایش نشریه می‌باشد.

استفاده از اصل ثبات

صفحه آرا و مدیر فنی و هنری باید به هنگام صفحه آرایی، اصول صفحه آرایی و سبک مخصوص خود را رعایت کنند و در مطالب ثابت خود استمرار داشته و جای ثابت آن را حفظ نمایند و به اصل عادت در خوانندگان توجه خاص داشته باشند به عنوان مثال ستون یادداشت خود را در همه شماره ها حفظ نمایند یا کاریکاتور را در همه شماره ها داشته باشند و یا ستون نظر خوانندگان را در همه شماره ها در مکان مشخص و ثابت داشته باشند.

تقسیم صفحات

باید توجه داشت که از تقسیم صفحات به صورت افقی، عمودی جدا از هم، به طور جدی پرهیز گردد. مطالب هر خبر باید در ستون های زیر تیتر یا عکس مربوط به آن قرار گیرد تا چنانچه فضای خالی بین مطالب به وجود آمد، با خبرها و مطالب دیگر ادغام نشود؛ همچنین از پلکانی شدن خبر به شکلی که با متن ها و خبرهای دیگر آمیخته شود پرهیز شود.

عکس های خبری

عکس های خبری و بزرگ باید در بالای صفحه و عکس های کوچک و کم اهمیت تر، همچنین آگهی های بازرگانی در نیمه پایین صفحه قرار گیرد و به شکل هماهنگ و موزون صفحه آرایی گردد. حتی الامکان سعی شود مطالب کنار هم از نظر ظاهر با هم شباهت نداشته باشند و اندازه تیترها نیز متفاوت باشد.

تیترها

تیترها برای زیبا سازی صفحه کمک بزرگی به صفحه آرا می کنند که می توان با نوشتن تیترها به شکل ها (حالت چینش در صفحه) و اندازه های مختلف زیبایی صفحه را بیشتر نمود. که انواع تیتر در آخر این فصل آمده است.

صفحه‌آرا با راهنمایی سردبیر مطالب را بر اساس اهمیتی که دارند به‌گونه‌ای صفحه‌آرایی و تیتروپردازی می‌کند که خوانندگان بدون اینکه متوجه شوند، بر اساس اولویت و اهمیت مطالب خبرها را بخوانند. در واقع خوانندگان متناسب با خواست و سیاست مورد نظر نشریه، راهنمایی و جهت‌دهی می‌شوند. در این صورت نشریه قادر خواهد بود خبرهای مورد نظر را در نظر مخاطبان برجسته و تأثیرگذارتر کند. به طور طبیعی خوانندگان اولین مطلبی را که می‌خوانند، تیترو بزرگ صفحه اول به عنوان خبر اول و مهم‌ترین مطلب نشریه است، که توسط صفحه‌آرا و به خواست سردبیر به شکل هنری برجسته می‌شود، درشت کردن تیترو با تأثیرگذاری و ایجاد حساسیت آن بر ذهن خواننده رابطه مسقیم دارد.

به همین ترتیب برای کلیه محتویات نشریه، میزان برجستگی و مکان درج مطالب، می‌توان برای خواننده اولویت و ترتیب اهمیت خبر را تعیین کرد و برای خواننده نوعی ذهنیت‌سازی را القا کرد.

صفحه فهرست

پس از صفحه‌آرایی همه صفحات نشریه، صفحه فهرست (درمجلات) صفحه‌آرایی می‌شود. صفحه فهرست اولین صفحه‌ای است که بعد از بازشدن جلد در معرض دید خواننده قرار می‌گیرد و زیبایی آن در نظر خواننده تأثیرگذار است.

در صفحه فهرست یا صفحه اول نشریه به طور معمول در بالای صفحه نام و یاد خداوند برای شروع آورده می‌شود و به دنبال آن بهتر است موارد زیر آورده شود:

- لیست کلیه سرفصل‌ها و موضوعات محتوای نشریه به همراه صفحات درج آنها؛
- لگوی کوچک شده نشریه؛
- زمینه انتشار نشریه، ارگان منتشر کننده، سال انتشار، شماره مسلسل، زمان انتشار در پایین لگو؛

- اسامی صاحب امتیاز، مدیر مسؤول، سردبیر، دبیران سرویس‌ها، مدیر هنری، افراد دست اندرکار و کسانی که در انتشار آن شماره همکاری کرده‌اند.
- نشانی و شماره تماس دفتر نشریه؛
- نشانی سایت و پست الکترونیکی نشریه؛
- پاره‌ای توضیحات از جمله؛ مطالب درج شده موضع نشریه نیست، فراخوان مطالب، آزاد بودن نشریه در ویرایش مطالب، برنگشتن آثار ارسالی و ...

نشریه علمی و تخصصی
سیمرغ دانشجوئی دانشگاه پیام نور کرج
شماره چهارم، خرداد ۸۵

صاحب امتیاز:
سیمرغ دانشجوی دانشگاه پیام نور کرج

مدیرمسؤل و سردبیر:
مهندس ابراهیمیان داینگو

دبیر سرویس ادبیات: زوی و هوشیار زارع
دبیر سرویس اخبار: سعید آری، محمودی، لطفی
دبیر سرویس روانشناسی: نازده ملک محمدی
دبیر سرویس زمین شناسی: مریمه ابراهیم‌حسینی
دبیر سرویس زیست‌شناسی: شهرزاد شامویر
دبیر سرویس فیزیک: فاطمه روشن
دبیر سرویس کشاورزی: آزاده خیر آبادی

آمور هنری:
کانون تبلیغاتی امیر ۰۲۱-۶۶۲۸۲۷۲

با سپاس فراوان از تمامی کسانی که ما را
در تهیه و چاپ این شماره از نشریه
صفر سیمرغ همراهی کرده‌اند.
سایت: www.safir30mogh.co.ir
ایمیل: Safir30mogh@yahoo.com

از قلبه نویسندگان و صاحبان آیدیشه دعوت می‌کنیم
در صورت تمایل به همکاری ما را با ارسال آثار خود
در هرچه ظرفی‌تر هرآن محتوای نشریه باری دهند.

- آزاد و مطلقاً نویسندگان نظر نشریه نیست
- نشریه مر ویرایش و خلاصه کردن آثار ارسالی آزاد است
- مقالات و بخش‌های دریافتی به هیچ عنوان مسترد نخواهد شد.

فهرست و مشخصه

مقاله‌ها

۱- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۲- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۳- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۴- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۵- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱

گفتاوردها

۱- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۲- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۳- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۴- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۵- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱

توضیحات

۱- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۲- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۳- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۴- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۵- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱

نویسندگان

۱- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۲- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۳- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۴- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱
۵- بررسی نقش زنان ایرانی در توسعه و توسعه ۲۱

طرح روی جلد

طرح روی جلد آخرین بخش کار نشریه است که رعایت نکات زیر برای طراحی روی آن ضروری است.

- لگوی نشریه نمود بارز داشته و به دید بیاید.

- طرح روی جلد نشریه باید زیبایی و جاذبه بصری لازم برای جذب مخاطب را داشته باشد.

- طرح روی جلد نشریه باید با محتوای نشریه هماهنگ باشد.

- سعی شود تیتیر چند مطلب مهم محتوای نشریه روی جلد آورده شود.

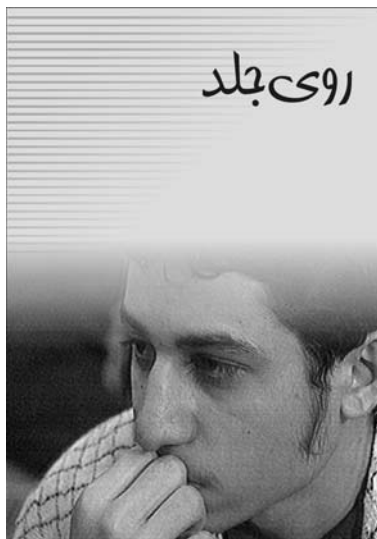
- برای طرح روی جلد سعی شود از ترکیب عکس‌های به کار رفته در محتوای نشریه و طرح (کولاژ) استفاده شود.

- از پرشدن و استفاده از رنگ‌های متعدد که باعث شلوغی طرح روی جلد گردد، اجتناب شود.

- زمینه انتشار نشریه، ارگان منتشر کننده، سال انتشار، شماره مسلسل، زمان انتشار، قیمت و تعداد صفحات به گونه‌ای مناسب و زیبا در اطراف لگو آورده شود.

- چنانچه بنا به تشخیص سردبیر و طراح، ظرفیت بزرگ شدن تصویری برای طرح روی جلد متناسب با محتوای نشریه وجود داشته باشد، باید زاویه دید عکس به طرف بازشو نشریه باشد. در دو نمونه صفحه بعد به نظر می‌رسد چندان تفاوتی دیده نمی‌شود، اما چون زاویه دید تصویر سمت راست به طرف بازشو نشریه است، می‌توان گفت؛ به نوعی خواننده را به طرف داخل صفحه هدایت می‌کند.

توصیه می‌شود از این زاویه دید استفاده شود. البته در نشریات حرفه‌ای نیزگاهی دیده می‌شود که از زاویه دید نظیر تصویر سمت چپ استفاده می‌شود که بستگی به حالت و میزان تأثیرگذاری، نحوه قرار گرفتن تصویر و نظر طراح دارد. اما در داخل صفحات زاویه دید باید به طرف محتوا باشد. چنانچه تصویر در سمت چپ صفحه قرار گرفته باشد، باید زاویه دید آن به سمت راست باشد و بالعکس.



۱ شکل به کاربردن تیتراها در صفحه آرای

تیترا یک سطری

مواقعی استفاده می شود که تعداد کلمات جمله تیترا زیاد نباشد

دانشجویان پای صندوق های رأی حرف می زنند

تیترا دو سطری

در مواقعی که تعداد کلمات جمله تیترا زیاد است و استفاده از روتیترا نیز موجب زیبا شدن نمی شود، همچنین نمی توان بیشتر از آن خلاصه کرد .

افزایش دانشجویان دختر در دانشگاه های کشور

نگران کننده و بر هم زننده تعادل جامعه است

تیتراهرم وارونه

در این نوع تیتراهرم نویسی به شکل هرم وارونه تعداد کلمات تیتراهرم از بالا به پایین کاهش می یابد.

حرکت سیاسی دانشجویان در ۱۶ آذر

سرفصل نوینی در مبارزات

ضدآمریکایی

گشود

تیتراهرم وارونه متمایل به راست

در این نوع تیتراهرم کلمات سطر اول بیشتر و در سطرهای پایین از کلمات کمتر استفاده می شود و ارنج سطرها بر مبنای سمت راست است.

۸۰ درصد ساختمان های جنوب شرق

شهرتهران در مقابل زلزله

آسیب پذیر هستند

تیتراهرم وارونه متمایل به چپ

در این نوع تیتراهرم کلمات سطر اول بیشتر و در سطرهای پایین تر از کلمات کمتر استفاده می شود و ارنج سطرها بر مبنای سمت چپ است.

وزارت علوم دانشگاه آزاد اسلامی را

بهترین مجری نقل و انتقال

دانشجو معرفی کرد

تیترا مثلثی

این نوع تیترا برعکس هرم وارونه نوشته می‌شود و در سطر اول با یک کلمه شروع می‌شود و در سطرهای بعدی تعداد کلمه‌ها اضافه می‌شود.

دانشگاه**الزهرا دانشگاه برتر****تشکل‌های علمی دانشجویان****دانشگاه‌های سراسر کشور شناخته شد**

تیترا مثلثی متمایل به راست

دانشگاه تهران**به عضویت شورای****بین‌المللی علم منطقه‌ای****آسیا و اقیانوسیه ICSU در آمد**

تیترا مثلثی متمایل به چپ:

شیاطین با**نفوذ در دانشگاه‌ها****می‌خواهند اعتقاد به مبانی****انقلاب اسلامی ما را سست کنند**

تیترا چند سطری وسط چین شده:

در این نوع تیترا که به طور معمول در داخل ستون یا بین دو مطلب یا دو عکس قرار می‌گیرد کلمه‌های تیترا شکسته شده و در چند سطر قرار می‌گیرد به طوری که تیترا پایین در وسط سطر قرار می‌گیرد.

نایب رییس کمیسیون اقتصادی مجلس:

دانشگاه صنعتی

شریف بیشترین

مهاجر را به دنیا

صادر کرده است

تیترا چند سطری پلکانی

هر شهروند تهرانی در

شبانہ روز ۲۰ تا ۲۵ گرم

گرد و غبار تنفس می کند

تیترا چند سطری نا نتقارن

جلسه غیر رسمی پنج کشور

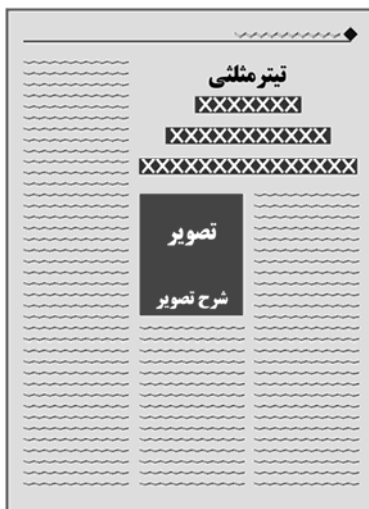
عضو دائمی شورای امنیت

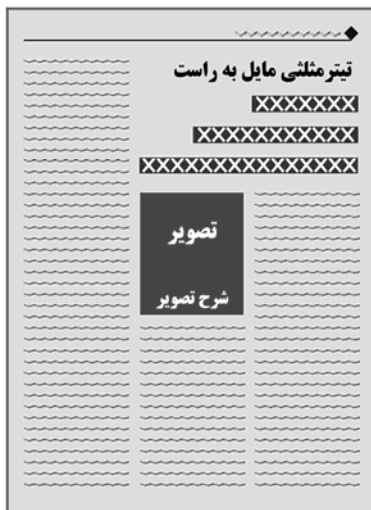
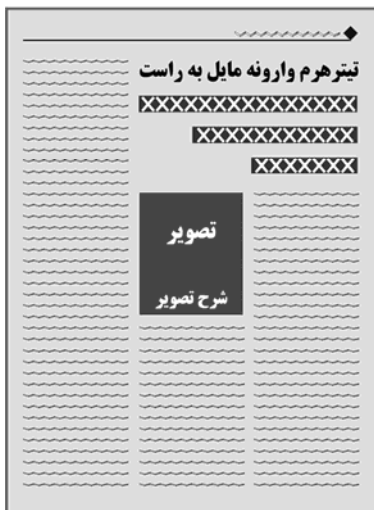
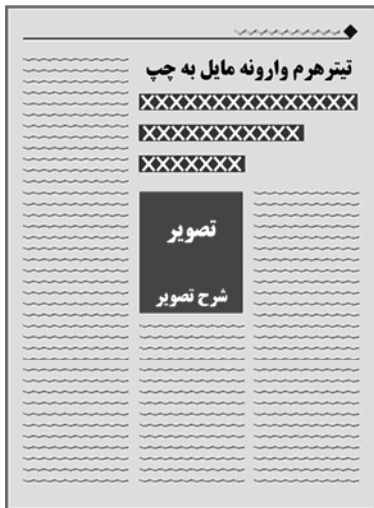
به همراه نماینده آلمان

دیروز درباره موضوع هسته‌ای ایران

در لندن برگزار شد

چند نمونه از اشکال به کاربردن انواع تیترو در صفحه آرای







تیرهرم وارونه مایل به چپ وسط صفحه

تصویر

شرح تصویر

تیرمئلی مایل به راست وسط صفحه

تصویر

شرح تصویر

تیرهرم وارونه مایل به راست وسط صفحه

تصویر

شرح تصویر

تیرمئلی مایل به چپ وسط صفحه

تصویر

شرح تصویر

تصویر

شرح تصویر

تیر چند سطر
متقارن

تیر چند سطر نامتقارن

تصویر

شرح تصویر

تیر چند سطر
متقارن

تصویر

شرح تصویر

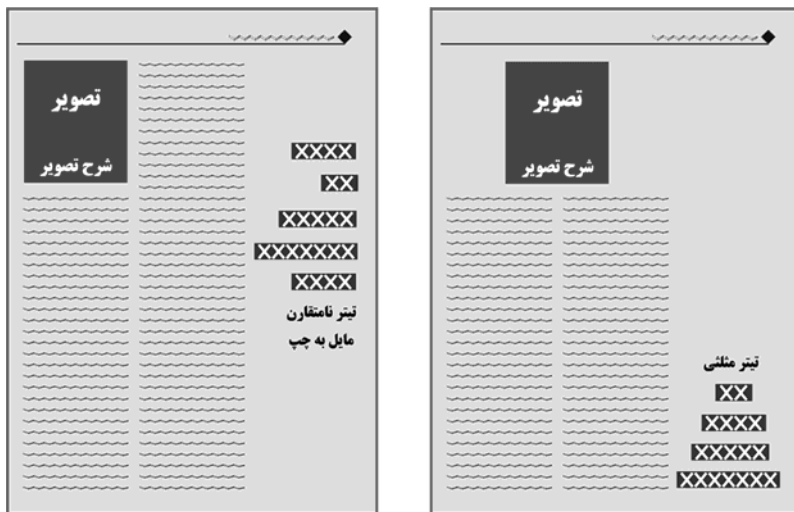
تیر چند سطر
بلکانی

تیر چند سطر
وسط چین

تصویر

شرح تصویر

تیر چند سطر
وسط چین



شکل دادن به تیترها ابتکاری است و صفحه آرا می‌تواند با خلاقیت خود، برای زیباتر شدن صفحه شکل‌های مختلف، علاوه بر موارد آمده در بالا، به تیتر بدهد. البته دقت شود تیترها خیلی نامتعارف، پراکنده و سبک نشود. توصیه می‌شود صفحه آرا قبل از صفحه آرایی، یک ماکت نمونه از صفحات روی کاغذ درست کند و تفکیک و دسته‌بندی را روی ماکت انجام دهد تا نواقص موجود و مشکلات احتمالی را ارزیابی نماید. سپس با ذهنی آماده‌تر تجربیات به‌دست آمده بر روی ماکت را، روی صفحات اصلی نشریه، پیاده کند.

فصل دهم

مدیریت در نشریات دانشجویی

مدیریت در نشریات دانشجویی

مدیریت : علم رسیدن به هدف، از طریق امکانات و شرایط موجود و استفاده بهینه از امکانات را گویند.

مدیریت به کارگیری بهینه امکانات در رسیدن به نتیجه مطلوب در راستای هدف است.

برای مشخص شدن کار مدیریت صحیح در مطبوعات و به خصوص در نشریات دانشجویی، ابتدا باید بدانیم هدف از کار مطبوعاتی و نشریاتی چیست؟
با به توجه به محورهای مشخص شده برای مطبوعات، می توان هدف از کار مطبوعاتی را به چند دسته تقسیم کرد.

اهداف کار مطبوعات عبارتند از:

- اطلاع رسانی؛
- تحلیل و آگاه سازی؛
- همگن سازی؛
- آموزش
- تبلیغات و سرگرمی؛

اطلاع رسانی در نشریات: رویدادها و وقایع اجتماعی گزینش و با جهت دهی، انعکاس می یابند.

تحلیل و آگاه سازی: پیدایش تفکر نسبت به رویدادها و پدیده‌ها و پیدا کردن ارتباط بین حوادث و ریشه‌یابی آنها را تحلیل و آگاه‌سازی گویند.

همگن سازی: نهادینه شدن تفکر فرد یا گروه خاص، توسط رسانه‌ها در سطح وسیع جامعه به شکلی که منجر به عملی خاص یا تغییر وضعیت شود.

آموزش: به صورت خبر، مقاله، گزارش، مصاحبه، پند و اندرز، مطلب خاص و ... در زمینه‌های مختلف علمی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و ... که موجب افزایش آگاهی، اطلاعات عمومی و دانش خوانندگان می‌شود.

تبلیغات و سرگرمی: معرفی کالاها و محصولات را شامل شده و سرگرمی به صورت جدول، مسابقه، داستان و ... برای پر کردن اوقات فراغت خوانندگان است.

در مطبوعات موفق، موارد گفته شده بالا با تکنیک‌ها و شیوه‌های خاص به طور حرفه‌ای، مستمر و تأثیرگذار هر روزه انجام می‌شود.

لذا این مطبوعات تا حد زیادی قدرت تأثیرگذاری در افکار عمومی و هدایت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را خواهند داشت.

مدیریت رسانه: به بررسی اصول و روش‌های موفقیت مطبوعات گفته می‌شود و به عبارت دیگر روش‌های تأثیرگذار و ماندگار در افکار عمومی را شامل می‌شود.

ابعاد مدیریت رسانه‌ای عبارتند از:

- مدیریت محتوا؛
- مدیریت اداری؛
- مدیریت مالی؛
- مدیریت تبلیغات؛

مدیریت محتوا: کلیه اصول و روش‌های جذابیت محتوای یک نشریه را شامل می‌شود.

مدیریت اداری: روش‌های بهره‌وری مناسب و استفاده بهینه از نیروی انسانی دست‌اندرکار نشریه را شامل می‌شود.

مدیریت مالی: تعریف و به وجود آوردن روش‌هایی برای استقلال مالی نشریات را گویند، که پذیرش آگهی تبلیغاتی توسط نشریه از جمله آن جمله است.

مدیریت تبلیغات: روش‌ها و اصول ایجاد انگیزه مطالعه در مخاطبان و تبدیل شدن مخاطب به خواننده و تبلیغ برای توزیع و فروش نشریه را شامل می‌شود.

نشریات را از نظر محتوا می‌توان به دو رشته تخصصی و عامه پسند تقسیم کرد، که نشریات عامه پسند، خود بر سه دسته (سبک، متوسط و سنگین) تقسیم می‌شود.

در نشریات عامه پسند با محتوای سبک، فقط توجه به علایق مخاطبان، مدنظر است. در نشریات با محتوای متوسط توجه از علایق به نیاز هدایت می‌گردد درحالیکه درنشریات با محتوای سنگین، توجه فقط به نیاز است و به ریشه‌های تئوری و علمی نیازها پرداخته می‌شود.

درمطبوعات به طور معمول از روش‌ها و قالب‌های زیر برای متنوع کردن محتوا و جذب مخاطب استفاده می‌کنند .

قالب‌های رسانه‌ای متداول عبارتند از:

خبر، مصاحبه، گزارش، مقاله، داستان، خلاصه نویسی، یادداشت، ترجمه، طنز، شعر، قطعه ادبی، سرگذشت نامه، خاطره نویسی، میزگرد، نظرسنجی، طرح و کاریکاتور، روش نقد، معرفی، مسابقه، مناجات، دیدگاه خوانندگان، احکام شرعی، یک تصویر یک برداشت، اقتباس، پند و نصیحت، سخنانی از بزرگان، فیلمنامه و نمایشنامه، مشاوره و پاسخ به سؤالات، جدول و ...

قالب‌هایی که در بالا آورده شده، جزء قالب‌های مطبوعاتی رایج در رسانه‌های کشورمان است که در نشریات دانشجویی نیز متداول است. نشریات دانشجویی از نظر استفاده از قالب‌ها تفاوتی چندانی با رسانه‌های خارج دانشگاه ندارند. اما به لحاظ حوزه کار و نحوه فعالیت دارای ویژگی‌های خاصی هستند، که آنها را از مطبوعات جامعه متمایز می‌کند.

برای شروع کار اجرایی نشریه پس از مشخص شدن اهداف، زمینه و نحوه فعالیت نشریه، اولین مرحله‌ای که باید طی شود، انتخاب اسم نشریه است. اسم نشریه یکی از مهمترین عوامل جذابیت در رسانه‌های سراسری و دانشگاهی است که باید در انتخاب آن دقت شود. ضمن اینکه بهتر است، انتخاب اسم مشورتی باشد و نظرات و اسم‌های پیشنهادی دست اندرکاران و مخاطبان برای تصمیم‌گیری و انتخاب اسم بهتر گرفته شود. برای انتخاب اسم نهایی از بین اسم‌های پیشنهادی با رعایت موارد تأثیرگذار در اسم، می‌توان اسم نهایی را انتخاب کرد.

عوامل مهم در انتخاب اسم نشریه دانشجویی

- نام نشریه باید کوتاه و یک کلمه‌ای باشد، چنانچه کلمه‌ها بیشتر شد، نباید از سه کلمه تجاوز کند و تلفظ آن نیز ساده بوده و تکرار آن برای خواننده به آسانی انجام گیرد.

- از کلمات متداول و آشنا برای مخاطبان استفاده شود و از به کار بردن کلمات دور از ذهن و با معنای نامتعارف مثل «دار وک» و ... برای نشریات دانشجویی خودداری گردد.

- از کلمات بیگانه و واژه‌های لاتین به جزء برای نشریات زبان خارجی استفاده نشود.

- مفهوم دانشجویی و دانشجویی بودن به طور مستقیم یا غیر مستقیم از آن برداشت شود. باید توجه داشت که، اگر مفهوم دانشجویی، غیر مستقیم از آن برداشت شود، بهتر است.

اسم‌های؛ اندیشه، بصیرت، صفیر دانش، فرهیخته، فرهیختگان و..

- کلیشه‌ای نباشد و از کلمات تازه متناسب با علاقه و خواسته خوانندگان دانشگاهی تعیین شود تا نظر مخاطبان را به خود جلب کند. اسم‌هایی مثل؛ سه‌نقطه، نقطه سر خط، پویا، پیچ پیچ، رویش، توان، نگاه و ... مناسب هستند.

- تناسب نام با محتوای نشریه؛

- متناسب بودن با روحیات دانشجویان مخاطب آن نشریه؛

پس از انتخاب اسم نشریه، طراحی آن به صورت آرم و لگوی نشریه نیز بسیار مهم است، چرا که خواننده در گیشه‌های روزنامه فروشی پس از نگاه کردن به شکل کلی نشریات مختلف، در نگاه جزئی‌تر به هر نشریه، اول برای شناسایی نشریه به لگوی اسم نشریه نگاه می‌کند. تا اسم آن نشریه را بخواند در واقع نشریه به‌وسیله لگو، خود را به مخاطب معرفی می‌کند. در این صورت، زیبایی و جذاب بودن شکل ظاهری، همچنین راحت خوانده شدن لگوی نشریه در جذب مخاطب بسیار مؤثر است.

خواننده با دیدن لگوی نشریه تا حدودی علاقه یا عدم علاقه خود را نسبت به آن نشریه در می‌یابد و تا حدودی متوجه دیدگاه‌های نشریه می‌شود.

به عنوان مثال خواننده با دیدن لگوی «ایثار» بر روی نشریه و یا لگوی «گفتمان» تا حدودی متوجه مواضع نشریه و علاقه خود به آن خواهد شد. مخاطب با دیدن لگوهای «خانواده سبز»، «دانستنی‌های علمی»، «دنیای الکترونیک»، «فکاهی»، «اعتراض»، «فریاد» و ... می‌تواند تا حدی زیادی محتوای نشریه را حدس بزند.

به همین دلیل اسم نشریه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است که لازم است در تعیین اسم و طراحی لگوی نشریه، دقت شود. (در خصوص طراحی لگو توضیحات لازم در فصل صفحه‌آرایی آمده است)

انتخاب اسم نشریه

برای انتخاب اسم در نشریات دانشجویی بهتر است با اعلام اهداف، سیاست‌کاری و محتوای نشریه، برای پیشنهاد اسم، فراخوان زده شود. سپس برای انتخاب اسم نهایی از میان اسم‌های پیشنهادی توسط مخاطبان و دست‌اندرکاران، بر اساس معیارهای انتخاب اسم بررسی و ارزیابی شود و دلایل پیشنهاد دهندگان اسامی پیشنهادی نیز خواسته شود. در نهایت با نظر اکثریت دست‌اندرکاران و موافقت سردبیر و مدیر مسؤول اسم نهایی که متناسب با سیاست‌کاری و معرفی‌کننده نشریه است، انتخاب شود.

پس از انتخاب اسم نشریه، باید چارت تشکیلاتی ترسیم شده و برنامه‌ریزی، تقسیم وظایف، تفکیک سرویس‌ها و قالب‌های محتوایی نشریه برای اجرای کار انجام شود.

بدیهی است، نقش مدیریت در انجام بهتر کار بسیار تعیین‌کننده و اساسی است. یک مدیر خود باید به مراحل مختلف زنجیره کار نشریه به‌طور کامل آگاهی داشته و تسلط و تجربه کافی را در این زمینه داشته باشد، تا بتواند امکانات و نیروهای در اختیار را با توجه به محدودیت‌های موجود در دانشگاه به شکل بهینه به کارگیرد. یکی از محدودیت‌های کاری نشریه، نیروهای فعال و دست‌اندرکار هستند،

چون دست اندرکاران نشریات دانشجویی همگی دانشجو بوده و کارمند و نیروی موظف نشریه نمی‌باشند.

لذا انتشار یک نشریه دانشجویی خوب، باکیفیت و پر محتوا، در حد و شأن دانشجو و دانشگاه که بتواند نظر اکثریت دانشجویان را به خود جلب کند، کاری بسیار دشوار و سخت است، اما می‌توان با مدیریتی کارآزموده، تشکیل ساختاری منظم، شناخت مشکلات و موانع موجود، در حد توان تلاش کرده و تدبیر لازم را برای رفع نواقص به کار گرفت و نشریه‌ای که مورد قبول دانشجویان باشد را منتشر کرد. برای این منظور ابتدا باید مشکلات نشریه دانشجویی را شناخت.

عوامل ضعف نشریات دانشجویی در بعد نیروی کاری، عبارتند از:

- ۱- کار نشریاتی و مطبوعاتی، فعالیت دوم آنان محسوب می‌گردد.
- ۲- فرصت آزاد کمی برای همکاری با نشریه دارند.
- ۳- فاقد تجربیات لازم در کار مطبوعاتی هستند.
- ۴- سلیق و تفکرهای مختلف دارند، که باید در نظر گرفته شود.
- ۵- مستقل و آزاد هستند و تعهدی برای ادامه همکاری ندارند.

دیگر عوامل ضعف نشریات دانشجویی، عبارتند از:

- ۱- محدودیت حوزه خبر؛
- ۲- عدم شناخت کافی از رسالت اصلی نشریات دانشجویی؛
- ۳- عدم آشنایی کافی به اصول و مبانی روزنامه‌نگاری و خبرنگاری؛
- ۴- عدم هماهنگی بین دست‌اندرکاران نشریه؛
- ۵- گذرا بودن دوره دانشجویی و جدایی کادر سابقه‌دار از نشریه؛
- ۶- اعمال بعضی محدودیت‌های داخل و خارج دانشگاه؛
- ۷- جمع آوری و پردازش اخبار، مقالات و مطالب بسیار زمان‌بر و وقت‌گیر است.

۸- فاصله زمانی انتشارها منظم نیست و به طور معمول طولانی و منقطع می‌شود.

۹- به طور معمول اخبار و مقالات به شکل احساسی پردازش می‌شوند.

۱۰- از حمایت و پشتیبانی منابع مالی مناسب برخوردار نیستند.

۱۱- نبود و یا کمتر تشکیل شدن جلسات مشترک که حتی‌الامکان همه اعضای یا اکثریت اعضای هیأت تحریریه نشریه حضور داشته باشند.

۱۲- ساختار تشکیلاتی منظم برای مراحل مختلف کار انتشار نشریه ندارند.

۱۳- کارهای واگذار شده به افراد بعضی مواقع فراموش می‌گردد یا در انجام آن سهل‌انگاری می‌شود.

۱۴- امکانات و وسایل لازم، محدود است.

۱۵- بسیاری مطالب از روزنامه‌ها و نشریات دیگر اقتباس می‌شود.

۱۶- به موضوعات روز و تازه کمتر پرداخته می‌شود.

۱۷- محدودیت از سوی مسؤولان دانشگاه اعمال می‌شود.

اساس کار یک مدیر در تشکیلات عبارتند از :

- برنامه ریزی برای استفاده بهینه در راستای هدف؛

- نظارت و کنترل

- ارزیابی و تقویت نقاط ضعف‌ها؛

- هماهنگی و راهنمایی در استفاده بهینه از امکانات موجود؛

وظایف مدیر در نشریات دانشجویی عبارتند از :

- طراحی و تنظیم چارت تشکیلاتی مناسب برای نشریه؛

- تقسیم کار نشریه بر اساس چارت تشکیلاتی؛

- نظارت و ارزیابی کار براساس شرح کار تعریف شده؛

- یافتن مناسب‌ترین راهکار برای حل مشکلات و موانع پیش رو؛

لازم به ذکر است در نشریات مختلف چارت تشکیلاتی تا حدی متفاوت است. زیرا چارت تشکیلاتی بر اساس زمینه و حجم کارها تنظیم می‌گردد و با توجه به شرایط و امکانات مشخص می‌شود.

به عنوان مثال چارت تشکیلاتی که برای یک نشریه علمی در زمینه فیزیک تنظیم می‌شود با چارت نشریه هنری در زمینه کاریکاتور تا حدودی متفاوت است ضمن اینکه چارت تشکیلاتی یک نشریه در دانشگاه تهران، با توجه به پشتوانه و سطح مناسب با چارت تشکیلاتی نشریه‌ای دیگر که در یک دانشکده در شهرستان با امکانات بسیار محدود منتشر می‌شود تا حدی متفاوت است. بنا بر این بهترین طراح چارت، مدیر نشریه است که اقتضای حوزه کار خود را به خوبی می‌شناسد.

مراحل انجام کار در نشریات

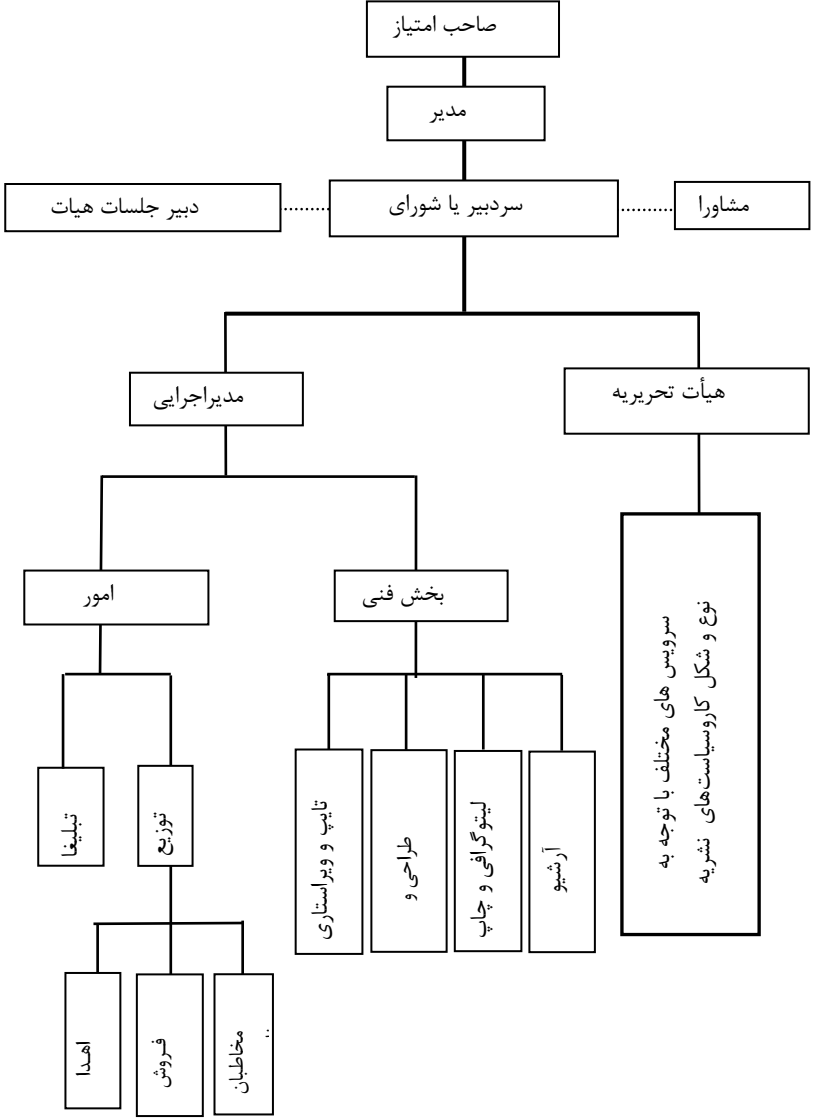
- ۱- تعیین موضوع با استفاده از قالب‌های گفته شده؛
- ۲- اجرا، تحریر، پردازش و نگارش مطالب، با توجه به اصول روزنامه‌نگاری ذکر شده در فصل‌های گذشته؛
- ۳- تایپ، نمونه‌خوانی و ویراستاری؛
- ۴- صفحه آرایی و طراحی؛
- ۵- لیتو گرافی، چاپ یا تکثیر (ریسو) و صحافی؛
- ۶- تبلیغات و توزیع؛
- ۷- نظرسنجی و ارزیابی از خوانندگان در خصوص نشریه؛
- ۸- استفاده از نتایج ارزیابی و تقویت نقاط ضعف؛

لازم به توضیح است که موارد اول و دوم جز وظایف هیأت تحریریه، سوم تا پنجم بخش فنی و ششم مربوط به امور مشترکین می‌باشد و موارد هفتم و هشتم به درایت و مدیریت سردبیر و همکاری همه قسمت‌ها مربوط می‌شود.

اصول لازم برای تقسیم کار در نشریات

- ۱- تقسیم کار بین دانشجویان بیشتری صورت گیرد و مشارکتی باشد.
- ۲- در تقسیم کار علائق دانشجویان در نظر گرفته شود و انتخاب زمینه فعالیت با نشریه به صورت آزادانه، اختیاری و مشورتی باشد.
- ۳- مراحل کار به واحدهای کوچک و جزئی تقسیم گردد.
- ۴- تقسیم چند مرحله‌ای کارها و واگذاری هر جزء به شخص واجدالشرايط صورت بگیرد.
- ۵- هماهنگی لازم بین دانشجویان برای انجام کار مشترک با توجه به اینکه هر جزء از کار را یک نفر به عهده می‌گیرد، انجام شود.

چارت تشکیلاتی پیشنهادی در نشریات دانشجویی



صاحب امتیاز: شخص حقیقی و حقوقی که مجوز به نام او اخذ می‌گردد.

مدیرمسئول: از سوی صاحب امتیاز تعیین می‌شود و سیاست‌های کلی صاحب امتیاز و نشریه را تدوین می‌کند. همچنین مسؤلیت نهایی مطالب مندرج در نشریه بر عهده اوست و برون سازمانی است. ممکن است صاحب امتیاز و مدیرمسئول یک نفر باشد.

سردبیر: سیاست‌های کلی مدیرمسئول را در نشریه اعمال و اجرا می‌کند.

دبیران سرویس: دبیر هر سرویس با راهنمایی سردبیر برای سرویس مربوط به خود مدیریت می‌کند. دبیر سرویس با سازماندهی خبرنگاران و نویسندگان، سوژه‌ها و موضوعات را برای صفحات مربوط به سرویس خود، به شکل مطلوب تهیه و پردازش می‌کند. بدیهی است محتوایی که در هر سرویس تهیه می‌گردد باید به تأیید دبیر آن سرویس برسد. سپس برای تأیید نهایی به سردبیر تحویل می‌گردد. دبیر سرویس بیشتر به کمیت و کیفیت محتوا نظر دارد و سردبیر علاوه بر این مورد به سیاست کلی مطالب نیز نظارت دارد تا در چارچوب موازین مورد نظر مدیرمسئول باشد.

مدیر اجرایی: زیر نظر سردبیر کلیه کارهای اجرایی را با همکاری نیروهای در اختیار انجام می‌دهد. مدیر اجرایی مطالب تأیید شده توسط سردبیر را دریافت می‌نماید و برای حروفچینی در اسرع وقت به حروفچین می‌دهد. پس از حروفچینی از نمونه‌خوان می‌خواهد تا متن حروفچینی شده را با متن اصلی مطابقت دهد تا از جا افتادگی احتمالی متن جلوگیری شود. بعد از آن برای ویرایش به ویراستار سپرده می‌شود تا از نظر رسم‌الخط، درست نویسی، نشانه‌گذاری و محتوایی ویرایش شود.

مدیر اجرایی مطالب ویرایش شده را به مدیر هنری یا صفحه‌آرا می‌دهد تا با استفاده از خلاقیت خود، شکل بصری زیبا به ظاهر نشریه و مطالب بدهد. سپس با تأیید سردبیر، برای لیتوگراف و چاپ به چاپخانه ارسال می‌کند.

لازم است مدیر اجرایی خود اطلاعات کلی از موارد فوق داشته باشد. همچنین برآورده کردن وسایل مورد نیاز قسمت‌های مختلف نیز بر عهده اوست. در تقسیم کار نشریات دانشجویی، علاوه بر ترسیم ساختار، موارد زیر نیز باید در هیأت تحریریه انجام پذیرد.

هیأت تحریریه ابتدا باید تعداد کل صفحه و تعداد صفحات اختصاص یافته به هر سرویس را مشخص کند. در هر سرویس نیز برای جلوگیری از تکرار قالب‌ها باید سوژه‌ها و قالب پردازش سوژه مشخص شود. به عنوان مثال در یک نشریه ۳۶ صفحه‌ای که پنج سرویس دارد، نیازی نیست که در همه سرویس‌ها از قالب مصاحبه استفاده شود. در هر شماره دو یا حداکثر سه مصاحبه کافی است.

بهتر است برای تنوع از قالب‌های دیگر به جای مصاحبه در سرویس‌های مختلف استفاده شود. برای این کار سرویس‌ها باید با تشکیل جلسات هفتگی با هم در ارتباط باشند و با نظارت و راهنمایی سردبیر هماهنگی‌های لازم را انجام دهند.

در جلسات موارد زیر برای هر سرویس باید مد نظر باشد.

- عنوان کلی (سرویس و تعداد صفحه)؛

- سوژه‌ها و موضوع؛

- اشخاص پیگیری کننده؛

که باید به صورت جدولی تنظیم گردد و سوژه‌ها با توجه به روش به همراه مسؤؤل پیگیری کننده انجام کار نوشته شود.

عنوان سوژه و موضوع	روش و قالب کار	نام مسؤؤل پیگیری
مشکل خوابگاه	گزارش	آقای رضایی و خانم رازی
فعالیت تشکل‌ها	مصاحبه	آقایان جعفری، امیری و جابری
...
...
...

یکی از موارد ضعف در نشریات دانشجویی، هماهنگ نبودن دست‌اندرکاران و نبود جلسات منظم هیأت تحریریه، برای ایجاد هماهنگی بین اعضا و بررسی مطالب است. سردبیر باید با تعیین دبیر جلسه، از او بخواهد که تشکیل جلسات هیأت تحریریه با تعیین مدت و ثبت آن را بر اساس وظایف دبیر جلسه پیگیری نماید.

وظایف دبیر جلسه:

- آماده کردن محل جلسه و تهیه امکانات لازم؛
- ثبت صورتجلسه و امضا گرفتن از حاضران جلسه؛
- تحویل نسخه‌ای از صورتجلسه به اعضای جلسه؛
- بایگانی سوابق جلسه در دفتر نشریه؛
- مشخص کردن شدن زمان و دعوت از اعضا برای شرکت در جلسه؛

هر جلسه دارای ارکان زیر است:

- شماره جلسه؛
 - زمان جلسه؛
 - مکان جلسه؛
 - دستور جلسه؛
 - شرکت کنندگان؛
 - مطالب مطرح شده؛
 - مصوبات جلسه؛
 - امضاکنندگان؛
- برای اینکه جلسات هیأت تحریریه به طور منظم تشکیل، ثبت و پیگیری شود، باید از فرم مخصوص صورتجلسه استفاده گردد.
- دبیر جلسه باید با توجه به وظایف دبیر در هر جلسه موارد خواسته شده در این فرم را کامل نماید که در ادامه یک نمونه از این فرم آمده است.

فرم صورت جلسه

شماره جلسه:	زمان جلسه:	مکان جلسه:
دستور جلسه:		
اعضای جلسه:		
غایبین:		
مطالب مطرح شده به طور مختصر:		
مصوبات جلسه:		
امضا کنندگان:		

در نشریات دانشجویی برای هر شماره، ابتدا باید یک ماکت کوچک از مطالب نشریه درست شود، تا اظهار نظر و تسلط بر کار راحت تر باشد.
به عنوان مثال برای یک نشریه ۳۶ صفحه‌ای جدولی به شکل زیر ترسیم شود.

		سرمقاله یا یادداشت سردبیر یا مدیر مسؤول ۲	فهرست شناسنامه توضیحات کلی نشریه ۱
۴	۳		
۸	۷	۶	۵
۱۲	۱۱	۱۰	۹
۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۲۰	۱۹	۱۸	۱۷
۲۴	۲۳	۲۲	۲۱
۲۸	۲۷	۲۶	۲۵
۳۲	۳۱	۳۰	۲۹
۳۶	۳۵	۳۴	۳۳

هر خانه این صفحه شطرنجی، معرف یک صفحه است و از صفحه ۱ تا ۳۶ باید شماره‌گذاری شود.

سپس با توجه به زمینه‌های انتشار نشریه با تأکید بر هر زمینه باید تعداد صفحات و تقدم آن مشخص شود.

به عنوان مثال اگر یک نشریه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ورزشی باشد. تأکید این نشریه ابتدا در زمینه فرهنگی، سپس اجتماعی و بعد سیاسی و ورزشی است.

لذا سردبیر با مشورت هیأت تحریریه تشخیص می‌دهد، با توجه به تأکید نشریه به زمینه فرهنگی ۱۶ صفحه ابتدای نشریه یعنی صفحات ۳ تا ۱۸ به سرویس فرهنگی اختصاص یابد. (صفحه اول نشریه به فهرست، شناسنامه و پاره‌ای تذکرات و توضیحات کلی نشریه و صفحه دوم محل درج سرمقاله یا یادداشت سردبیر، مدیر مسؤول و یا هر شخص دیگر، به عنوان موضع نشریه است، که در اکثر قریب به اتفاق نشریات ثابت است).

به سرویس اجتماعی ۱۰ صفحه و به سرویس‌های سیاسی و ورزش نیز به ترتیب ۶ و ۲ صفحه اختصاص یابد.

برای ۱۶ صفحه سرویس فرهنگی نیز با توجه به حوزه و اقتضانات کار باید سوژه‌ها و قالب کار معین گردد. به عنوان مثال به هیأت تحریریه پیشنهاد می‌کند، صفحات به شرح زیر تقسیم‌بندی شوند.

- نیایش ، سخنان بزرگان، پند و اندرز و احکام؛ ۱ صفحه
- مصاحبه فرهنگی(سوژه این شماره: حجاب اسلامی در دانشگاه با یکی از مسؤولان دانشگاه)؛ ۲ صفحه
- گزارش دانشجویی(سوژه: فرهنگ بومی در دانشجویان)؛ ۲ صفحه
- خبرهای فرهنگی دانشگاه و کشور؛ ۲ صفحه
- شعرو قطعات ادبی؛ ۱ صفحه
- کاریکاتور فرهنگی(سوژه : پوشش دانشجویان)؛ ۱ صفحه

- مقاله فرهنگی (سوژه: تأثیر دانشگاه بر فرهنگ جامعه)؛ ۲ صفحه
- مطالب از سایت‌های اینترنتی و روزنامه‌ها، مرتبط با دانشگاه؛ ۱ صفحه
- معرفی کتاب مقالات و آثار فرهنگی؛ ۱ صفحه
- مقالات مشاوره‌ای و مشاوره؛ ۱ صفحه
- ترجمه؛ ۱ صفحه
- طنز و یک تصویر یک برداشت و ... ۱ صفحه

موارد فوق پیشنهادی است و بستگی به محتوا، امکان جمع آوری مطالب و اقتضائات حوزه خبر و دانشگاه دارد و هر نشریه می‌تواند با مدیریتی خلاق، سوژه‌ها و محتوای بهتری برای نشریه خود تهیه کند.

اصول مهم و تأثیرگذار در جذابیت محتوایی

- نشریات باید جامع نگری داشته و بیشتر مخاطبان عام را در تنوع مطالب مد نظر داشته باشند. به گونه ای که پیشنهاد می‌شود حدود ۸۰ درصد مطالب ستون‌های مختلف نشریه برای مخاطبان عام و ۲۰ درصد مطالب برای مخاطبان خاص تنظیم گردد.
- از نخبه‌گرایی و جناح‌گرایی کمتر استفاده شده و نشریه محدود به افراد خاص نشود و سوژه‌های آن با توجه به عامه دانشجویان دانشگاه تعیین گردد. در این موارد ۸۰ درصد موضوعات و مطالب باید با توجه به در نظرگیری این مهم باشد.
- نشریات باید به گونه‌ای تنظیم گردند که در موضوعات و زمینه‌های مختلف با توجه به خواسته‌های عامه مخاطبان نشریه تنظیم شود.
- مطالب و محتوای نشریه باید متنوع بوده و از موضوعات مختلف در قالب‌های متفاوت به شکلی هنرمندانه و ابتکاری استفاده گردد.

- مطالب نشریه باید تولیدی باشند و به قلم هیأت تحریریه و نویسندگان همان نشریه پردازش و تهیه شوند، که امری بسیار مهم و تأثیرگذار در جذابیت نشریه است به طوری که ۸۰ درصد مطالب نشریه باید تولیدی بوده و سعی شود از مطالب اقتباسی از نشریات دیگر، کمتر استفاده شود. در صورت استفاده، منبع خبرها ذکر گردد. بهتر است خبرهای اقتباسی عین مطلب زده نشود، بلکه با نگارش تحریریه نشریه تنظیم گردد. به عنوان مثال وقتی از مطلب نشریه یا روزنامه‌ای استفاده می‌شود باید از عبارت نقلی زیر در ترکیب جمله‌بندی استفاده شود.

- نشریه ... در ستون ... خود آورده است: ...

- این نشریه از قول ... افزوده است: ...

- در قسمتی دیگر از ستون ... این نشریه از قول نویسنده، می‌نویسد ...

- این ستون نشریه می‌افزاید: ...

- سردبیر و هیأت تحریریه باید در مورد مسایل مختلف که با عامه مخاطبان ارتباط داشته و از بعد تازگی برخوردار است، سوژه پرداز می‌نمایند و سوژه‌ها نیز باید متناسب با قالب‌های کار مطبوعاتی تنظیم گردند.

به عنوان مثال؛ برای سوژه «اعتیاد در بین دانشجویان»، می‌توان از قالب‌های مختلف مطبوعاتی استفاده کرد؛ از جمله: مصاحبه، خبر، گزارش، مقاله، کاریکاتور، طنز و ... لذا سردبیر و هیأت تحریریه باید با توجه به شرایط مقتضی در حوزه کار و علاقه مخاطبان خود، بهترین قالب را برای این سوژه انتخاب کنند و کار را برای اجرا و تهیه به سرویس مربوطه بسپارند. ساختار کلی و جهت‌گیری سوژه‌ها نیز در نشریات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند

ساختار تعیین سوژه‌ها برای محتوای نشریه عبارتند از:

۱- انتقادی؛

۲- توصیفی و خبری؛

۳- تمجیدی؛

سوژه از عوامل مهم ایجاد جذابیت در نشریه است که برای بالا بردن کیفی نشریه نقش مؤثر دارد. در مورد سوژه باید موارد زیر را رعایت کرد.

- سوژه های نشریه باید مسایل روز را طرح نمایند که در این راستا، پیشنهاد می شود ۵۰ درصد موضوعات مختلف محتوای یک نشریه دانشجویی به روز باشد.
- در نشریات دانشجویی باید از سوژه های دانشگاهی، اخبار دانشگاه، مشکلات صنفی و مسایلی که در ارتباط با دانشجویان و مورد علاقه آنها است، استفاده شود بهتر است ۲۰ درصد مطالب نشریات دانشجویی به این امر اختصاص پیدا کند.
- سوژه ها باید بر اساس دغدغه های فکری، روحی، شبهات و سؤالات دانشجویان و جامعه دانشگاهی باشد. پیشنهاد می شود ۳۰ درصد سوژه ها در نشریات دانشجویی با رعایت توازن قالب کار به این موضوعات اختصاص یابد.
- نشریات دانشجویی باید از سوژه های تمجیدی کمتر استفاده کنند و در واقع نباید یک مسؤول یا یک جایگاه و موقعیت را ستایش و تبلیغ کنند هر چند رویداد انجام شده توسط آن مسؤول موجب رضایت و استقبال جامعه دانشگاهی باشد.
- در صورت وقوع رویداد یا فعالیت مثبتی برای جامعه دانشگاهی توسط شخص یا جایگاهی خاص، باید خبر دقیق کار انجام شده آورده شود و در پایان خبر، تقدیر و تشکر مخاطبان و خوانندگان برای تشویق کار انجام شده به خبر افزوده شود. در این صورت دست اندر کاران نشریه نیز می توانند در قالب پیام تبریک، یا به صورت متن تقدیر و تشکر از طرف نشریه از کار انجام شده که مورد استقبال جامعه دانشگاهی قرار گرفته، تشکر کند. اما نباید خبر را به صورت تمجیدی و با تعریف و ستایش تنظیم کنند.

جدول بررسی و ارزیابی مطالب و محتوای نشریات دانشجویی

سوژه پردازی			تولیدی	تنوع در روش ها	کثرت گرای			انتقادی	جامع گرای مخاطبان		اطول جذابیت عناوین مطالب نشریه
طرح مسایل روز	دغدغه های فکری و شبهات	مشکلات صنفی			عامه گرای	جناح گرای	نخبه گرای		عام	خاص	
											تعداد صفحات

یکی دیگر از مشکلات عمده نشریات دانشجویی کوچک بودن حوزه فعالیت های آنها و ویژگی خاص هر حوزه می باشد که سطح دانشگاه محل تحصیل محدوده انتشار را شامل می شود.

بنا بر این برای نشریات دانشجویی باید اساس و تعریفی خاص ارایه گردد که متناسب با سطح انتشار و ویژگی‌های دانشگاه محل انتشار باشد و هر نشریه بر اساس ویژگی‌ها و شرایط خاص دانشگاه خود تعیین موضوع و انتخاب سوژه را برای نشریه انجام دهد. ضمن اینکه باید توانمندی در سوژه پردازی و خبرسازی در دست اندرکاران نشریه با وجود محدودیت در حوزه کار به وجود آید چرا که یک خبرنگار موفق قادر است از هر چیز جزئی سوژه‌ای مناسب و جذاب بسازد.

یکی از راه‌های سنجش میزان موفقیت یک نشریه، ارتباط آن با مخاطبان است هر چه مخاطبان نشریه بیشتر نظرات خود را (مثبت یا منفی) برای نشریه ارسال نمایند، نشریه موفق‌تر است و مهمتر آنکه نشریه باید در مخاطبان ایجاد شور و انتظار کند و چنانچه به دلیلی انتشار آن متوقف شود، یا در انتشار آن وقفه ایجاد گردید، مخاطبان واکنش نشان دهند و برای دریافت آن علت قطع انتشار یا تأخیر را جست‌وجو نمایند و هر چه میزان و تعداد این واکنش‌ها بیشتر باشد، موفقیت نشریه در جذب مخاطب بیشتر می‌باشد و چنین نشریه‌ای را می‌توان موفق دانست. نشانه موفقیت یک نشریه، در میزان فروش آن است.

بنا به نظرسنجی‌های انجام شده از دانشجویان، حدود ۱۸ درصد دانشجویان دانشگاه‌ها نشریات مختلف را خریداری نموده و مطالعه می‌کنند.

لذا به نظر می‌رسد اگر یک نشریه دانشجویی بتواند ۱۰ درصد از مخاطبان حوزه فعالیت خود را تبدیل به خواننده کند، نشریه موفق دانشجویی محسوب می‌گردد. یعنی اگر دانشگاهی که ۵۰۰۰ نفر دانشجو دارد، یک نشریه بتواند ۵۰۰ نسخه نشریه را به فروش برساند، یک نشریه دانشجویی موفق محسوب می‌شود.

باید توجه داشت نشریاتی که به صورت رایگان توزیع می‌شوند، شانس سنجش میزان موفقیت و جذب خواننده خود را از دست می‌دهند. چرا که میزان موفقیت یک نشریه با میزان فروش آن رابطه مستقیم دارد و نشریات که به طور رایگان به مخاطبان عرضه می‌شوند را نمی‌توان ارزشیابی کرد.

مراکز فعال در زمینه نشریات دانشجویی

اداره نشریات دانشجویی

نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها

این اداره با سابقه‌ترین مرکز در زمینه نشریات دانشجویی می‌باشد که فعالیت‌هایی در این عرصه ارایه کرده است. بررسی و تحلیل نشریات دانشجویی، مشارکت و سیاست‌گذاری در جشنواره سراسری نشریات دانشجویی، خدمات‌رسانی نرم‌افزاری و پشتیبانی از نشریات دانشجویی دفاتر نهاد و سایر نشریات از فعالیت این اداره است که به چند بخش تقسیم می‌گردد.

الف) بخش آموزش و اطلاع‌رسانی: این بخش از اداره نشریات، عمده فعالیت خود را بر آموزش‌های تخصصی روزنامه‌نگاری و خبرنگاری برای فعالان نشریات دانشجویی اختصاص داده و با اعزام مدرسین و کارشناسان ارشد علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری به دانشگاه‌های اقصی نقاط کشور، نقش مهمی در آموزش و ارتقای مهارت‌های فنی و حرفه‌ای دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی دارد، که تاکنون چندین دوره از این کلاس‌ها در دانشگاه‌های تهران و سایر شهرستان‌ها برگزار کرده است.

نشریه «همراه با نشریات دانشجویی» توسط این اداره منتشر می‌شود که اولین نشریه تخصصی از نوع خود می‌باشد که از سال ۱۳۷۷ در حوزه دانشگاهی منتشر شده و در زمینه‌های آموزش روزنامه‌نگاری برای نشریات دانشجویی، انعکاس خبری برنامه‌ها، جشنواره‌ها، قوانین و دستورالعمل‌های جدید، آرای کمیته ناظر مرکزی یا کمیته‌های ناظر بر نشریات در دانشگاه‌ها و میزگردهای خبری در خصوص نشریات دانشجویی، معرفی و ارایه چکیده‌ای از پژوهش‌های صورت گرفته در بخش پژوهشی

اداره نشریات و یا سایر مراکز انتشار می‌یابد. تاکنون ۱۶ شماره از این نشریه به همراه چند ویژه‌نامه و ضمیمه انتشار یافته است.

نشریات دانشجویی می‌توانند با ارسال یک نسخه از هر شماره نشریه خود به این اداره به اشتراک رایگان نشریه «همراه» درآمده و از مزایای ارسال رایگان «همراه» و دیگر محصولات اداره نشریات بهره‌مند گردند.

آرشیو اداره نشریات دانشجویی نهاد یکی از مراکز نگهداری نشریات دانشجویی در سراسر کشور است که از سال ۷۷ تأسیس و اکنون نزدیک به ۴۰۰۰۰ نسخه نشریه دانشجویی در آن نگهداری می‌شود که به تفکیک استان‌ها و دانشگاه‌های هر استان بایگانی می‌شود.

از ویژگی‌های این بخش مراجعه دانشجویان و دانش‌آموختگان علوم ارتباطات برای تحقیقات پژوهشی در زمینه نشریات دانشجویی است. همچنین پژوهشگرانی که در زمینه پژوهش‌های موضوعی نشریات دانشجویی تحقیق می‌کنند از این بخش استفاده می‌کنند.

کتاب «روایت مهر» که اولین پژوهش در خصوص آثار و نوشته‌های دانشجویان در مورد امام خمینی(ره) می‌باشد، با استفاده از نشریات موجود در همین آرشیو تألیف و گردآوری شده است.

از دیگر کتاب‌های منتشر شده این اداره می‌توان به شعر دانشجویی، داستان دانشجویی و برگزیده طنز و کاریکاتور دانشجویان اشاره کرد.

همچنین منابع آرشیوی این اداره در بانک اطلاعات الکترونیک نشریات دانشجویی نیز ذخیره شده است و اطلاعات مختلف از قبیل دانشگاه، محل انتشار نشریه، استان، نام مدیرمسئول و سردبیر، زمینه انتشار و.. را در خود جای داده است.

نشریات دانشجویی ارسال شده به این اداره از نظر محتوایی، فنی و پژوهشی توسط کارشناسان ارشد علوم ارتباطات مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

تاکنون ۱۷ پژوهش از این اداره منتشر شده است. که می‌توان به پژوهش‌هایی با موضوعاتی مانند انتخابات مجلس، بررسی پرونده هسته‌ای، شوراها شهر، جهانی‌سازی و سایر موضوعات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و... اشاره کرد. مدیران مسؤول نشریات دانشجویی می‌توانند با ارسال نشریه خود و درخواست ارزیابی از راهنمایی‌های فنی کارشناسان این اداره استفاده کنند.

پایگاه اطلاع‌رسانی «همراه با نشریات دانشجویی» در سال ۸۴ تأسیس و راه‌اندازی شد و با نشانی www.hamrahaa.ac.ir در شبکه جهانی اینترنت موجود می‌باشد که شامل بخش‌های آرشیو نشریه همراه، مقالات و مطالب برگزیده نشریات دانشجویی، اخبار مرتبط با نشریات دانشجویی، آیین‌نامه نشریات دانشجویی و معرفی منشورات اداره نشریات و مطالب متنوع دیگر می‌باشد.

خانه نشریات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

با توجه به تکرر نشریات دانشجویی، نیاز به تشکیل مجموعه‌ای جهت قانونمند نمودن انتشار و حمایت از نشریات دانشجویی در اداره کل امور فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری احساس شده بود که به تأسیس خانه نشریات دانشجویی در سال ۱۳۷۸ منجر شد.

از آن پس این مجموعه با هدف برنامه‌ریزی، ساماندهی، حمایت و نظارت بر نشریات دانشجویی به فعالیت پرداخته و در این راستا برنامه‌های گوناگونی از جمله برگزاری دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری، تدوین کتب و جزوات آموزشی، بررسی پژوهش و تحلیل محتوای نشریات دانشجویی، برگزاری جشنواره‌های منطقه‌ای و موضوعی نشریات و... را در دستور کار خود قرار داد.

فعالیت‌های خانه نشریات دانشجویی را می‌توان با توجه به نوع ارتباط آن با دست‌اندرکاران نشریات و خدمات ارائه شده به چهار دسته تقسیم کرد:

۱- آموزش و پژوهش: تدوین کتب آموزشی و آموزش مکتوب روزنامه‌نگاری و برگزاری دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری و در کنار آن، تدوین مجموعه‌ای از گزیده‌های نشریات دانشجویی و بررسی و تحلیل محتوای نشریات در مجموعه‌ای با عنوان «چشم‌اندازی در مه» از فعالیت‌های خانه نشریات در این زمینه است.

۲- برنامه‌های اجرایی: این حوزه قسمت اصلی اهداف و فعالیت‌های خانه نشریات را دربرمی‌گیرد. برگزاری همایش مدیران مسؤول نشریات دانشجویی به صورت سالانه برای انتخاب نمایندگان دانشجویی عضو کمیته مرکزی ناظر و همچنین راه‌اندازی جشنواره‌هایی برای ارتقای سطح کیفی و کمی نشریات دانشجویی در این بخش می‌گنجد.

جشنواره منطقه‌ای نشریات دانشجویی در پنج منطقه فرهنگی کشور برگزار می‌شود. دور اول و دوم این جشنواره‌ها بین سال‌های ۷۹ تا ۸۴ برگزار شد و دور سوم نیز از ابتدای سال ۸۵ آغاز گردیده است. این جشنواره‌ها در هریک از مناطق به صورت دوسالانه برگزار می‌شود.

همچنین جشنواره موضوعی با هدف تخصصی شدن و افزایش کیفیت آثار دانشجویی، جلوگیری از پراکنده کاری و برقراری ارتباط فعالان دانشجویی با نهادها و مراکزی که با موضوع انتخابی آن جشنواره در ارتباطند برگزار می‌شود.

۳- نظارت: این برنامه با هدف آگاهی از فعالیت‌های حوزه نشریات دانشگاهی و عملکرد مدیریت‌های فرهنگی دانشگاه‌ها در این حوزه انجام می‌شود. نظارت بر عملکرد کمیته ناظر دانشگاه، بررسی شکایات، بازدید از دانشگاه‌ها و تعامل با دانشجویان و گزارش‌گیری منظم از دانشگاه‌ها درخصوص فعالیت کمیته‌های ناظر دانشگاهی جزء وظایف دبیرخانه کمیته مرکزی ناظر بر نشریات در خانه نشریات دانشجویی وزارت علوم است.

۴- اطلاع‌رسانی: ارتباط دوسویه بین خانه نشریات و فعالان نشریات دانشجویی با راه‌اندازی سایت «خانه» به نشانی www.khaaneh.org امکان‌پذیر است. همچنین نشریه «خانه نشریات» با هدف اطلاع‌رسانی و آموزش دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی تاکنون در ۸ شماره منتشر شده است. برگزیده آثار نشریات دانشجویی و نقد و تحلیل آنها بخشی از مطالب این نشریه است.

۵- تهیه آرشیو جامع نشریات دانشجویی: این بخش با هدف در اختیار قرار دادن اطلاعات مورد نیاز، محققان و پژوهشگرانی که در خصوص نشریات دانشجویی تحقیق و بررسی می‌کنند راه‌اندازی شده است و مسؤلیت حفظ و نگهداری قریب به ۱۶ هزار نسخه (تا ابتدای سال ۱۳۸۵) از نشریات دانشجویی را برعهده دارد، از جمله دست‌آوردهای مهم خانه نشریات در این بخش بوده است.

مجمع صنفی نشریات دانشجویی سراسر کشور

مجمع صنفی فعالیت خود را از ۱۳۷۹ همزمان با سومین جشنواره نشریات دانشجویی کشور آغاز کرد و با برگزاری انتخابات در این جشنواره اعضای شورای مرکزی و هیأت نظارت آن، انتخاب شدند.

این مجمع با هدف ارتقای سطح کمی و کیفی و خدمات‌رسانی به نشریات دانشجویی تأسیس شد.

برگزاری کلاس‌های آموزش خبرنگاری، روزنامه‌نگاری، دوره‌های نویسندگی و ویراستاری، تهیه جزوات حقوقی و ویژه نشریات دانشجویی، انتشار ماهنامه از جمله فعالیت‌های دیگر مجمع می‌باشد.

مجمع شامل بخش‌های مختلف از جمله کانون روزنامه‌نگاران تجربی، انجمن قلم، باشگاه تحلیلگران نشریات دانشجویی، روابط عمومی و ... است همچنین نشریه قلمستان به عنوان پرتیراژترین نشریه دانشجویی متعلق به مجمع صنفی نشریات می‌باشد.

راه اندازی سه سایت با نام‌های Basirnews.ir , heyatbbg.ir , mosnad.ir کانال ارتباط دانشجویان با مجمع و راه‌اندازی بانک اطلاعاتی نشریات دانشجویی با اطلاعات ۵۰۰۰ نشریه از جمله فعالیت‌های این مجمع است.

مجمع صنفی نشریات علاوه بر دفتر مرکزی در تهران، دارای مجامع استانی در استان‌های آذربایجان شرقی، اردبیل، اصفهان، کرمانشاه، گیلان، گلستان، خوزستان و خراسان رضوی می‌باشد که نشست ماهیانه و سالیانه با حضور کلیه اعضای مرکزی و مجامع استانی به صورت چرخشی انجام می‌شود.

نشانی دفتر مرکزی مجمع صنفی نشریات دانشجویی سراسر کشور، تهران، ضلع شمال شرقی تقاطع خیابان‌های انقلاب و حافظ، جنب بانک ملت، پلاک ۷۸۹، طبقه سوم و شماره تماس آن ۲-۸۸۹۱۳۳۳۱ می‌باشد.

فصل یازدهم

آیین‌نامه نشریات دانشجویی و قانون مطبوعات

آیین‌نامه نشریات دانشگاهی

دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشجویی

مقدمه

به منظور ساماندهی و حمایت از فعالیت نشریات دانشگاهی و قانونمند کردن این گونه فعالیت‌ها، نهادینه ساختن فضای آزاداندیشی نقد و گفت‌وگوی سازنده و تأکید بر حق آزادی بیان و همچنین ایجاد فرصت‌های فراگیری مهارت‌های روزنامه‌نگاری و ارتقای سطح دانش عمومی و تخصصی دانشگاهیان، بر اساس ماده ۵ ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی (مصوب جلسه ۵۴۰ مورخ ۸۳/۳/۲۶ شورای عالی انقلاب فرهنگی)، دستورالعمل اجرایی این ضوابط به شرح ذیل به تصویب می‌رسد:

بخش اول

تعاریف و کلیات

ماده ۱- مطابق بند ۱ ماده ۱ ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، کلیه نشریاتی که به صورت ادواری، گاهنامه یا تک شماره نیز نشریات الکترونیکی که با نام ثابت و تاریخ نشر در زمینه های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، علمی، اقتصادی، هنری، ادبی و ورزشی توسط هر یک از دانشجویان، تشکل‌ها و نهادهای دانشگاهی، استادان و اعضای هیأت علمی یا گروهی از ایشان در دانشگاه‌ها منتشر و در محدوده دانشگاه‌ها توزیع می‌شوند، نشریات دانشگاهی محسوب و تحت شمول این دستورالعمل قرار می‌گیرند.

تبصره ۱- عنوان‌های فرهنگی و اجتماعی، زمینه‌های عقیدتی، صنفی و رفاهی، خبری و طنز را نیز در بر می‌گیرند.

تبصره ۲- نشریات علمی که توسط هیأت علمی، دانشجویان، تشکل‌های دانشجویی یا انجمن‌های علمی دانشجویی منتشر می‌شوند، مشمول این آیین‌نامه هستند.

تبصره ۳- نشریات دانشگاهی می‌توانند ویژه‌نامه‌هایی به مناسبت‌های مختلف منتشر کنند.

تبصره ۴- وبلاک‌ها و سایت‌های شخصی دانشجویان و اعضای هیأت علمی که از نشان دانشگاه یا تشکل‌های دانشگاه استفاده نمی‌کنند، از شمول این آیین‌نامه خارج‌اند.

تبصره ۵- پردیس‌های دانشگاهی، خوابگاه‌ها، بیمارستان‌های آموزشی، مراکز بهداشتی-درمانی و اردوگاه‌ها در حکم محدوده دانشگاه محسوب می‌شوند و توزیع نشریات دانشگاهی در خارج از محدوده دانشگاه‌ها، منوط به کسب مجوز از مراجع ذیربط است.

تبصره ۶- علاوه بر توزیع نشریات دانشگاهی در محل دفتر نشریه یا دفتر تشکل (اعم از تشکل‌های اسلامی، شورای صنفی، انجمن‌های علمی، کانون‌های فرهنگی و ...) یا دستگاه صاحب امتیاز نشریه، دانشگاه‌ها موظف تعیین محل‌های مناسب در داخل محدوده دانشگاه (بر اساس تعریف تبصره ۵) و برای توزیع نشریات دانشگاه می‌باشد. توزیع نشریات در خارج از این مکان‌ها تخلف محسوب می‌شود.

ماده ۲- منظور از دانشگاه در این دستورالعمل کلیه دانشگاه‌ها، مراکز آموزش عالی و مراکز و واحد‌های مرتبط دانشگاهی و واحدهای دانشگاهی است.

تبصره وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی از این پس در این دستورالعمل به اختصار (دستگاه) نامیده می‌شوند.

ماده ۳- کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی

بر اساس بند ۱ ماده ۲ ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، در هر دانشگاه کمیته‌ای تحت عنوان (کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی)- که در این دستورالعمل به اختصار (کمیته ناظر) نامیده می‌شود - زیر نظر (شورای فرهنگی دانشگاه) تشکیل می‌شود.

ماده ۴- ترکیب کمیته ناظر به شرح زیر است:

۱- معاون دانشجویی فرهنگی دانشگاه (رییس کمیته)

۲- نماینده تام‌الاختیار و دایم دفتر نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه

۳- یک حقوق دان به انتخاب رییس دانشگاه

۴- سه نفر عضو هیأت علمی دانشگاه به انتخاب شورای فرهنگی دانشگاه

۵- مدیر امور فرهنگی دانشگاه (دبیر کمیته)

۶- سه نفر از مدیران مسئول نشریات دانشگاهی به انتخاب مدیران مسئول نشریات دانشگاه که یک نفر از ایشان عضو علی‌البدل محسوب می‌شود.

تبصره ۱- دانشگاه‌هایی که این کمیته در آنها تشکیل نشده است یک ماه فرصت دارند تا انتخابات نمایندگان مدیران مسئول را برگزار کنند و طی این یک ماه کمیته می‌تواند بدون حضور نمایندگان مدیران مسئول نشریات دانشگاهی تشکیل شود.

تبصره ۲- شیوه نامه انتخاب نمایندگان مدیران مسئول نشریات دانشگاهی توسط شورای مرکزی ناظر هر دستگاه (ماده ۸) تصویب خواهد شد.

تبصره ۳- معاونت دانشجویی فرهنگی هر دانشگاه موظف است براساس شیوهنامه مصوب شورای مرکزی ناظر نسبت به برگزاری انتخابات جهت تعیین نمایندگان مدیران مسئول اقدام کند.
تبصره ۴- اعضای انتخابی کمیته ناظر برای مدت یک سال با ابلاغ رییس دانشگاه انتخاب می‌شوند.

تبصره ۵- چنانچه نماینده اصلی مدیران مسئول عضو کمیته ناظر بر اساس شیوهنامه مصوب شورای مرکزی ناظر، شرایت عضویت در کمیته ناظر را از دست بدهد عضو علی‌البدل جایگزین وی خواهد شد.

تبصره ۶- دبیر خانه ناظر در حوزه معاونت دانشجویی و فرهنگی دانشگاه مستقر و با مسئولیت دبیر متولی انجام امور اداری و اجرایی کمیته ناظر است.

ماده ۵- جلسات کمیته ناظر ماهانه با دعوت مکتوب از کلیه اعضا تشکیل می‌شود جلسات با حضور حداقل سه نفر از اعضای دارای حق رای، رسمی است و مصوبات آن نیز با رای اکثریت معتبر است. ضروری است دعوتنامه اعضای جلسه حداقل سه روز پیش از موعد جلسه با اعلام دستور جلسه توسط دبیر کمیته ارسال شود.

تبصره ۱- در صورتی که هر یک از اعضا، شاکی خصوصی یا مشتکی عنه باشد، در زمان رسیدگی به شکایت مطروحه، حق رای نخواهد داشت.

تبصره ۲- دبیر خانه کمیته ناظر موظف است صورتجلسات کمیته را به طور مرتب به دبیر خانه شورای مرکزی ناظر هر دستگاه ارسال کند.

تبصره ۳- در موارد خاص بنا به نظر رییس کمیته، جلسه ویژه می‌تواند با دعوت شفاهی یا کتبی وی از اعضای جلسه و بدون در نظر گرفتن ارسال دعوتنامه معمول به صورت فوق‌العاده و فوری (حتی در همان روز) تشکیل شود.

ماده ۶- وظایف کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی به شرح زیر است:

- ۱- بررسی درخواست و صدور مجوز انتشار مطابق بخش دوم این دستورالعمل
- ۲- نظارت بر عملکرد نشریات دانشگاهی و تذکر اولیه در صورت لزوم
- ۳- رسیدگی به تخلفات و شکایات ناشی از عملکرد نشریات دانشگاهی مطابق بخش ۶ این دستورالعمل

۴- نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل، مصوبات و شیوهنامه‌های شورای مرکزی ناظر.

۵- بررسی محتوای نشریات دانشگاه در جلسه ماهیانه کمیته ناظر و ارسال نتایج آن به شورای مرکزی ناظر

۶- برگزاری دوره‌های آموزشی برای متقاضیان نشریات دانشجویی اعم از صاحبان امتیاز، مدیران مسئول، سردبیران و سایر عوامل اجرایی بر اساس برنامه آموزشی شورای مرکزی ناظر

ماده ۷- شورای فرهنگی هر دانشگاه مرجع تجدید نظر در تصمیمات و آراء کمیته ناظر همان دانشگاه است.

ماده ۸- بر اساس بند ۴ ماده ۲ ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، در هر دستگاه شورایی با عنوان (شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی) که در این دستورالعمل به اختصار (شورای مرکزی ناظر) نامیده می‌شود.

ماده ۹- ترکیب شورای مرکزی ناظر به شرح زیر است:

- ۱ - معاون فرهنگی دستگاه متبوع (رییس شورا)
- ۲ - معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۳ - معاون فرهنگی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها یا نماینده تام‌الاختیار رییس نهاد

۴- یک نفر حقوق‌دان به انتخاب معاون فرهنگی دستگاه متبوع

۵- مدیر کل امور فرهنگی دستگاه متبوع (دبیر شورا)

۶- سه نفر از مدیران مسئول نشریات دانشگاهی به انتخاب مدیران مسئول نشریات دانشگاه‌های کشور که یک نفر از آنها عضو علی‌البدل محسوب می‌شود.

تبصره ۱- در صورت نبودن پست معاون فرهنگی یا مدیر کل امور فرهنگی یا عناوین مشابه، انتخاب رییس و دبیر شورا بر عهده رییس دستگاه در سطح معاونان و مدیران کل دستگاه می‌باشد.

تبصره ۲- دبیر شورا طبق شیوه‌نامه مصوب شورای مرکزی ناظر، نسبت به برگزاری انتخابات نمایندگان مدیران مسئول نشریات دانشگاهی جهت عضویت در شورای مرکزی ناظر اقدام خواهد کرد.

تبصره ۳- اعضای انتخابی شورای مرکزی ناظر برای مدت یک سال با ابلاغ رییس شورا انتخاب می‌شوند.

تبصره ۴- چنانچه نماینده اصلی مدیران مسئول عضو شورای مرکزی ناظر شرایط عضویت در شورا را - بر اساس شیوه‌نامه مصوب شورای مرکزی ناظر- از دست بدهد عضو علی‌البدل جایگزین وی خواهد شد. مسئولیت تشخیص استمرار شرایط عضویت نماینده مدیران مسئول بر عهده دبیر شورا است.

تبصره ۵- دبیرخانه شورای مرکزی ناظر در اداره کل امور فرهنگی وزارت یا دستگاه متبوع یا عناوین مشابه مستقر و دبیر شورای مرکزی ناظر متولی انجام امور اداری و اجرایی شورا است.

ماده ۱۰- وظایف و اختیارات شورای مرکزی ناظر به شرح زیر است:

- ۱- سیاست‌گذاری در حوزه کلان نشریات دانشگاهی
 - ۲- رسیدگی به اعتراضات در خصوص عدم صدور مجوز نشریات دانشگاهی
 - ۳- تجدید نظر در تصمیمات شورای فرهنگی دانشگاه در خصوص نشریات دانشگاهی
 - ۴- رسیدگی به اعتراضات ناشی از تصمیمات و عملکرد شورای فرهنگی دانشگاه در زمینه نشریات دانشگاهی
 - ۵- تدوین شیوه‌نامه‌های اجرایی
 - ۶- تفسیر مفاد دستورالعمل حاضر
 - ۷- نظارت بر عملکرد کمیته‌های ناظر بر نشریات دانشگاه‌ها
 - ۸- ایجاد وحدت رویه بین کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها
 - ۹- تدوین برنامه آموزشی برای متقاضیان نشریات دانشگاهی
 - ۱۰- اخذ و بررسی نتایج گزارش محتوایی نشریات دانشگاهی از کمیته‌های ناظر و ارائه آن به رییس دستگاه
- تبصره مصوبات شورای مرکزی ناظر قطعی و لازم‌الاجرا است.

ماده ۱۱- جلسات شورای مرکزی ناظر حداقل هر دو ماه یک بار با دعوت مکتوب از کلیه اعضا یک هفته قبل از زمان جلسه با اعلام دستور جلسه توسط دبیر شورا تشکیل می‌شود و جلسات با حضور حداقل ۵ تن از اعضای دارای حق رای، رسمی و مصوبات آن با رای اکثریت معتبر است.

بخش دوم

نحوه درخواست مجوز و شرایط انتشار نشریات دانشگاهی

ماده ۱۲- متقاضی امتیاز انتشار نشریات دانشگاهی باید درخواست کتبی خود را با اعلام مشخصات خود و مدیر مسئول، سردبیر، نام نشریه، زمینه و ترتیب انتشار (موضوع ماده ۱) به انضمام تصریح به پایبندی به قانون اساسی، قوانین موضوعه و این دستورالعمل، به دبیرخانه کمیته ناظر طبق فرم پیوست شماره ۱ تسلیم کند.

تبصره ۱- زمینه انتشار نشریه‌ای که صاحب امتیاز آن شخصی حقوقی است، نباید مغایرتی با اساسنامه آن تشکل یا نهاد داشته باشد.

تبصره ۲- نشریات دانشجویی موظفند صرفاً در زمینه‌هایی که مجوز اخذ کرده‌اند به فعالیت بپردازند.

تبصره ۳- متقاضی امتیاز انتشار گاهنامه باید حداقل و حداکثر زمان انتشار نشریه خود را در درخواست کتبی خود مشخص نماید.

ماده ۱۳- متقاضی امتیاز نشریه باید دارای شرایط زیر باشد:

۱- یکی از دانشجویان یا اعضای هیأت علمی به عنوان شخص حقیقی یا تشکل، نهاد، انجمن، کانون یا یکی از بخش‌های دانشگاه یا هر شخص حقوقی دیگر در دانشگاه.

۲- عدم محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده یا بالاتر در مورد دانشجویان و انفصال موقت از خدمت در مورد اعضای هیأت علمی

تبصره ۱- افراد مشمول بند ۲ پس از یک سال از اتمام محرومیت می‌توانند به عنوان صاحب امتیاز نشریات دانشگاهی فعالیت کنند و در صورت محکومیت مجدد به طور دائم محروم می‌شوند.

تبصره ۲- در صورتی که صاحب امتیاز یکی از شرایط فوق را از دست بدهد، ظرف یک ماه پس از ابلاغ کمیته ناظر می‌تواند درخواست انتقال امتیاز نشریه را به شخص واجد شرایط دیگر به کمیته ناظر ارسال کند، در غیر این صورت امتیاز نشریه لغو می‌شود. کمیته ناظر موظف است ظرف مدت ۲ هفته از تاریخ وصول درخواست متقاضی، نظر خود را اعلام کند.

ماده ۱۴- شرایط مدیر مسئول به شرح زیر است:

۱- دانشجو بودن یا عضویت در هیأت علمی یا مدیر یکی از واحدهای همان دانشگاه

۲- عدم محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده یا بالاتر در مورد دانشجویان، انفصال موقت از خدمت در مورد اعضای هیأت علمی و عدم محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده یا بالاتر در کمیته تخلفات اداری برای کارکنان.

۳- عدم سابقه مشروطی برای دو نیم‌سال متوالی یا سه نیم‌سال متناوب برای دانشجویان در هنگام معرفی به عنوان مدیر مسئول

۴- گذراندن دو نیم‌سال تحصیلی و حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره‌های کاردانی و کارشناسی). دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد ناپیوسته و دکتری از شمول مستثنی هستند.

۵- عدم شهرت به فساد اخلاق

تبصره ۱- شهرت به فساد اخلاق صرفاً با اجماع کلیه اعضای کمیته ناظر قابل احراز است.

تبصره ۲- مدیر واحد اداری فقط می‌تواند مدیر مسئول نشریه اداره متبوع خود باشد.

تبصره ۳- افراد مشمول بند ۲ پس از یک سال از تاریخ اتمام محرومیت می‌توانند به عنوان مدیر مسئول نشریات دانشگاهی فعالیت کنند و در صورت محکومیت مجدد این افراد به طور دائم محروم می‌شوند.

تبصره ۴- در صورتی که مدیر مسئول یکی از شرایط را از دست بدهد، صاحب امتیاز موظف است ظرف یک ماه مدیر مسئول جدید را به کمیته ناظر معرفی کند، در غیر این صورت امتیاز نشریه لغو می‌شود. کمیته ناظر موظف است ظرف مدت ۲ هفته در این خصوص اعلام نظر کند.

تبصره ۵- سردبیر نشریه باید کلیه شرایط فوق را دارا باشد.

ماده ۱۵- انتشار نخستین شماره نشریه منوط به طی دوره آموزشی و اخذ گواهی پایان دوره توسط صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر بر اساس برنامه آموزشی مصوب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی است.

تبصره- هر کمیته ناظر موظف است در هر نیم سال تحصیلی حداقل دو دوره آموزشی بر اساس برنامه آموزشی مصوب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی آن دستگاه برگزار کند.

ماده ۱۶- هیچ کس نمی‌تواند در زمان واحد صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر بیش از یک نشریه باشد.

ماده ۱۷- در صورتی که تقاضا نامه‌ها ناقص یا متقاضیان امتیاز یا مدیران مسئول نشریات فاقد شرایط مقرر در این دستورالعمل باشند، کمیته ناظر موظف است، مراتب را به صورت مکتوب و با استناد به دلایل و مدارک لازم حداکثر ظرف ۲۰ روز از تاریخ دریافت و ثبت درخواست به متقاضیان اعلام کند.

ماده ۱۸- درج شناسنامه نشریه شامل زمینه نشر، نام صاحب امتیاز، مدیر مسئول، سردبیر یا شورای سردبیری دانشگاه صادر کننده مجوز، شماره، تاریخ انتشار و دوره نشر در هر شماره نشریه الزامی است.

ماده ۱۹- چنانچه صاحب امتیاز نشریه‌ای متقاضی توزیع آن در سایر دانشگاه‌ها باشد باید تقاضای خود را با ذکر محدوده توزیع به کمیته ناظر دانشگاه تسلیم کند. کمیته ناظر دانشگاه در صورت موافقت، موظف است ظرف مدت ده روز از تاریخ وصول، درخواست را جهت اعلام نظر نهایی به کمیته ناظر دانشگاه مقصد ارسال کند. شورای مرکزی ناظر موظف است پس از اعلام نظر دانشگاه مقصد ظرف دو ماه نسبت به درخواست مزبور اعلام نظر کند.

تبصره ۱- در صورت عدم موافقت کمیته ناظر دانشگاه، متقاضی می‌تواند اعتراض خود را به شورای مرکزی ناظر اعلام کند.

تبصره ۲- نظارت و رسیدگی به تخلفات یا شکایات این نشریات بر عهده کمیته ناظر دانشگاه صادر کننده مجوز (دانشگاه میدا) است.

ماده ۲۰- اتحادیه‌ها و تشکل‌های دانشگاهی، مجامع فرهنگی و شوراهای صنفی دانشجویی دارای مجوز رسمی، که در بیش از یک دانشگاه فعالیت داشته و متقاضی انتشار نشریه باشند، می‌توانند درخواست خود را به شورای مرکزی دستگاه مربوطه اعلام کنند. نظارت و رسیدگی به شکایات و تخلفات این گونه نشریات بر عهده شورای مرکزی ناظر است.

تبصره - شرایط ناظر بر صدور مجوز، صاحب امتیاز و مدیر مسئول و سردبیر این گونه نشریات تابع این دستورالعمل است.

ماده ۲۱- کمیته ناظر موظف است در صورت فراهم بودن شرایط قانونی انتشار نشریه، حداکثر ظرف ۲۰ روز نسبت به صدور مجوز اقدام کند.

ماده ۲۲- در صورتی که کمیته ناظر با صدور مجوز نشریه مخالفت کند، یا ظرف ۲۰ روز نسبت به صدور مجوز با اعلام کتبی دلایل عدم موافقت، اقدام نکند، متقاضی می‌تواند اعتراض خود را به صورت مکتوب به شورای فرهنگی دانشگاه اعلام کند. شورای فرهنگی موظف است ظرف ۳۰ روز موضوع اعتراض را بررسی و اعلام نظر کند.

ماده ۲۳- مسئولیت کلیه مطالب مندرج در نشریه به عهده مدیر مسئول است و وی موظف است سه نسخه از هر شماره را بلافاصله پس از انتشار به دبیرخانه کمیته ناظر دانشگاه تحویل دهد. تبصره - دبیرخانه کمیته ناظر دانشگاه موظف است دو نسخه از نشریه را به دبیرخانه شورای مرکزی ناظر ارسال کند.

ماده ۲۴- در صورتی که صاحب امتیاز ظرف مدت حداکثر شش ماه از زمان صدور مجوز پس از اخطار کتبی و مهلت یک ماهه اقدام به انتشار نشریه نکند مجوز صادره از اعتبار ساقط است.

ماده ۲۵- نشریات موظفند توالی انتشار مندرج در امتیاز خود را رعایت کنند. در غیر این صورت پس از سه مرحله متوالی عدم انتشار، صاحب امتیاز برای پاسخگویی به کمیته ناظر اخطار و در صورت عدم ارائه دلایل قانع‌کننده، مجوز نشریه لغو می‌شود.

ماده ۲۶- صاحب امتیاز می‌تواند درخواست خود را مبنی بر انتقال امتیاز نشریه به دیگری یا تغییر مشخصات ذکر شده در فرم درخواست مجوز نشریه (اعم از مدیر مسئول، نام نشریه، دوره انتشار و زمینه انتشار) به کمیته ناظر ارائه کند و کمیته ناظر موظف است ظرف یک‌ماه مراتب موافقت یا عدم موافقت خود را به صورت مکتوب به صاحب امتیاز اعلام کند.

حقوق نشریات دانشگاهی

ماده ۲۷- نشریه دانشگاهی از کلیه حقوق مصرح در قانون مطبوعات جمهوری اسلامی برخوردارند. از جمله:

- ۱- جستجو، کسب و انتشار اخبار داخل و خارج دانشگاه به منظور افزایش آگاهی جامعه دانشگاهی با رعایت موازین قانونی و حفظ مصالح جامعه.
- ۲- هیچ مقام دولتی و غیر دولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله‌ای درصدد اعمال فشار بر نشریات برآید، یا به سانسور و کنترل محتوای نشریات مبادرت ورزد.
- ۳- نشریات دانشجویی حق دارند نظرها، انتقادهای سازنده، پیشنهادهای و توضیحات دانشجویان و مسئولان دانشگاه را با رعایت موازین اسلامی و مصالح دانشگاه و جامعه درج کنند.

ماده ۲۸- معاونت دانشجویی و فرهنگی و سایر نهادهای فرهنگی دانشگاه باید در چارچوب قوانین و در حدود اختیارات و امکانات از نشریات دانشگاهی حمایت کند.

تبصره معاونت دانشجویی - فرهنگی دانشگاه سالانه از محل بودجه فرهنگی مبلغی را برای حمایت و کمک به انتشار نشریات دانشگاهی پیش‌بینی می‌کند و مطابق ضوابط و مقررات در اختیار آنها قرار می‌دهد.

ماده ۲۹- دستگاه‌ها موظفند جشنواره کشوری نشریات دانشگاهی را با هماهنگی کلیه دستگاه‌ها و مسئولیت یک دستگاه حداقل سالی یکبار برگزار نمایند و نشریات برتر را شناسایی و تشویق کنند. تبصره ۱- دستگاه‌ها می‌توانند به صورت مستقل جشنواره‌های منطقه‌ای یا مشابه آن را برگزار نمایند.

تبصره ۲- نشریات دارای رتبه اول، دوم و سوم علاوه بر جوایز جشنواره مشمول حمایت‌های مادی و معنوی دستگاه مربوطه تا جشنواره بعدی خواهند بود.

بخش چهارم

حدود نشریات دانشگاهی

ماده ۳۰- نشریات دانشگاهی در انتشار مطالب و تصاویر جز در موارد اخلاف به مبانی و احکام اسلام و حقوق عمومی و خصوصی، مطابق ماده ۶ قانون مطبوعات، آزاد هستند.

ماده ۳۱- هرگاه نشریه‌ای مطالبی مشتمل بر توهین، افترا، خلاف واقع یا انتقاد نسبت به اشخاص (اعم از حقیقی یا حقوقی) منتشر کند، ذینفع حق دارد پاسخ آن را حداکثر تا دو ماه از تاریخ انتشار به صورت مکتوب برای همان نشریه ارسال کند و نشریه مذکور نیز موظف است توضیح

یا پاسخ دریافت شده را حداکثر یک ماه پس از وصول پاسخ در همان صفحه و ستون و با همان حروفی که اصل مطلب منتشر شده است به رایگان به چاپ برساند، منوط به آنکه جواب از دو برابر اصل مطلب تجاوز نکند و متضمن توهین و افترا به کسی نباشد.

تبصره ۱- اگر نشریه علاوه بر پاسخ مذکور مطالب یا توضیحات مجددی چاپ کند، در این صورت حق پاسخگویی مجدد برای معترض باقی است، بدیهی است درج قسمتی از پاسخ، در حکم عدم درج است و متن پاسخ باید در یک شماره و به طور کامل درج شود.

تبصره ۲- در صورتی که نشریه پاسخ را منتشر نکند ذینفع می‌تواند به کمیته ناظر شکایت کند و کمیته ناظر در صورت محق شناختن شاکی، جهت نشر پاسخ به نشریه اخطار خواهد کرد و هرگاه این اخطار مؤثر واقع نشود، کمیته ناظر، نشریه را به یکی از تنبیهات بندهای ۴ تا ۶ ماده ۴۰ محکوم می‌کند.

تبصره ۳- مفاد این ماده و تبصره‌های آن نافی حق ذینفع در خصوص پیگیری شکایت از طریق کمیته ناظر یا مراجع ذیصلاح نخواهد بود.

ماده ۲۲- در صورت شکایت شاکی خصوصی از یک نشریه مبنی بر مشتمل بر تهمت، افترا، فحش و الفاظ رکیک یا نسبت‌های توهین آمیز و نظایر آن نسبت به اشخاص، تهدید و هتک شرف یا حیثیت یا افزایش اسرار شخصی، به یکی از تنبیهات بندهای ۵ تا ۹ ماده ۴۰ محکوم می‌گردد.

ماده ۲۳- نشریات دانشگاهی که بنا به تشخیص کمیته ناظر مرتکب تخلفات مواد ۲۴، ۲۵، ۲۶ و ۲۷ قانون مطبوعات می‌شوند، به یکی از تنبیهات بندهای ۱۰ تا ۱۳ ماده ۴۰ محکوم می‌شوند.

ماده ۲۴- انتشار عکس‌ها، تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی، کمیته ناظر نشریه را، به یکی از بندهای ۵ تا ۹ ماده ۴۰ محکوم می‌کند و در صورت تکرار جرم پس از محکومیت اولیه، نشریه به یکی از بندهای ۱۰ تا ۱۳ این ماده محکوم می‌شود.

ماده ۲۵- نشریات دانشگاهی که بنا به تشخیص کمیته ناظر مرتکب تخلفات موضوع ماده ۲۹ قانون مطبوعات شوند، به یکی از تنبیهات بندهای ۸ و ۹ ماده ۴۰ محکوم می‌شوند.

ماده ۲۶- هرگاه نشریه‌ای مطالب و تصاویری مانند توهین، تهمت، فحش، الفاظ رکیک، نسبت‌های توهین آمیز، استهزا، تحقیر، تهدید، هتک حرمت یا حیثیت و نظایر آن منتشر نماید، تخلف عمومی محسوب می‌گردد. در این صورت رییس کمیته ناظر می‌تواند از ادامه فعالیت نشریه جلوگیری نماید و موضوع را خارج از نوبت بررسی و در صورت احراز تخلف، متخلف به یکی از تنبیهات بندهای ۵ تا ۹ ماده ۴۰ محکوم می‌شود.

تبصره: مدت رسیدگی به پرونده نشریه‌ای که از ادامه انتشار آن جلوگیری شده است نباید از ده روز بیشتر شود.

ماده ۳۷- در صورت تخلف از تبصره ۵ ماده ۱ یا مواد ۱۷، ۱۹ و ۲۴ این دستورالعمل برای بار اول نشریه به یکی از تنبیهات ۱ تا ۳ و در صورت تکرار به یکی از تنبیهات بندهای ۴ تا ۷ ماده ۴۰ محکوم می‌شود.

ماده ۳۸- در صورتی که «نشریه‌ای» بدون اخذ مجوز از کمیته ناظر منتشر شود توقیف شده و انتشار دهنده به مدت یک سال نمی‌تواند صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر نشریه جدیدی باشد و در صورت تکرار اگر متخلف شخص حقیقی و دانشجو باشد تا پایان مقطع تحصیلی و در صورتی که متخلف شخص حقوقی یا عضو هیأت علمی باشد، تا سه سال حق انتشار و شرکت در انتشار هیچ نشریه‌ای را نخواهد داشت.

ماده ۳۹- در مواردی که تخلف ارتكابی نشریه بر اساس قوانین موضوعه کشور جرم تلقی شود، بنا به تشخیص کمیته ناظر مدیر مسئول نشریه جهت تصمیم‌گیری منقضی به کمیته انضباطی معرفی می‌شود.

بخش پنجم

تنبیهات

ماده ۴۰- موارد تنبیهی متخلفان به شرح زیر است:

- ۱- احضار به کمیته ناظر و تذکر شفاهی
- ۲- تذکر کتبی
- ۳- اخطار کتبی
- ۴- محرومیت موقت نشریه از تسهیلات دانشگاهی تا شش ماه
- ۵- محرومیت موقت مدیر مسئول نشریه از تصدی این سمت تا ۶ ماه
- ۶- محرومیت مدیر مسئول نشریه از تصدی این سمت از ۶ ماه تا یک سال
- ۷- توقیف موقت نشریه تا ۳ ماه
- ۸- توقیف موقت نشریه از سه ماه تا ۶ ماه
- ۹- توقیف موقت نشریه از ۶ ماه تا یک سال
- ۱۰- توقیف موقت نشریه از یک تا دو سال
- ۱۱- منع دائم نشریه
- ۱۲- منع دائم انتشار نشریه و محرومیت مدیر مسئول از تصدی این سمت تا یک سال
- ۱۳- منع دائم انتشار نشریه و محرومیت مدیر مسئول از تصدی این سمت تا پایان مقطع تحصیلی

بخش ششم**رسیدگی به تخلفات و شکایات**

ماده ۴۱- کمیته ناظر موظف است به شکایات مکتوب حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ دریافت و ثبت آن در دبیرخانه رسیدگی کرده و رأی خود را صادر کند.

ماده ۴۲- کمیته ناظر مدیر مسئول نشریه‌ای را که تخلف کرده یا از آن شکایت شده است به صورت کتبی و با ذکر دقیق موارد تخلف یا شکایت و با ارائه مهلت یک هفته‌ای از تاریخ ابلاغ جهت ادای توضیحات دعوت می‌کند و در صورت عدم حضور غیرموجه وی، با عدم ارائه توضیحات کتبی، کمیته ناظر می‌تواند حکم مقتضی را در مورد نشریه صادر کند.

ماده ۴۳- کمیته ناظر باید آرای خود را با ذکر موارد تخلف یا شکایت مستند به مواد ۳۰ تا ۳۹ صادر و آن را به صورت کتبی حداکثر ظرف مدت یک هفته، پس از صدور به مدیر مسئول و شاکی خصوصی نشریه ابلاغ کند.

ماده ۴۴- آرای صادره، ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ قابل اعتراض و درخواست تجدید نظر در شورای فرهنگی دانشگاه است. در صورت عدم اعتراض در مهلت تعیین شده، حکم، قطعی محسوب می‌شود.

ماده ۴۵- احکام صادره از سوی کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی تا زمانی که نقض نشده‌اند، لازم‌الاجرا هستند.

ماده ۴۶- شورای فرهنگی دانشگاه موظف است رأی خود را در مورد اعتراضات مکتوب واصله، حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ دریافت اعتراض توسط دبیرخانه، به صورت مکتوب به معترض و کمیته ناظر دانشگاه ابلاغ کند.

ماده ۴۷- تصمیم شورای فرهنگی دانشگاه ظرف ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ قابل اعتراض به شورای مرکزی ناظر است. شورای مرکزی ناظر موظف است ظرف دو ماه از تاریخ دریافت اعتراض رأی خود را صادر و آن را ابلاغ کند. آرای شورای مرکزی ناظر قطعی و لازم‌الاجرا است.

بخش هفتم**نحوه ابلاغ، اجرا و تفسیر این دستورالعمل**

ماده ۴۸- نحوه صدور مجوز نشریات دانشگاهی، نظارت بر آنها، رسیدگی به تخلفات و شکایات تنها بر اساس دستورالعمل حاضر خواهد بود. تعیین و تصویب هرگونه شرایط و مقررات مغایر یا محدود کننده علاوه بر مفاد این آیین‌نامه نظیر صدور مجوزهای مشروط یا موقت ممنوع است.

ماده ۴۹- به کلیه نشریات دانشگاهی که قبل از تصویب این دستورالعمل انتشار می‌یافتند، مدت هشت‌ماه فرصت داده می‌شود تا خود را با ضوابط و مقررات این دستورالعمل منطبق کنند. تبصره: در صورت عدم انطباق در مهلت مقرر، مجوز نشریه با صلاحدید کمیته ناظر لغو خواهد شد.

ماده ۵۰- دستورالعمل اجرایی نشریات دانشگاهی در ۵۰ ماده و ۴۴ تبصره در تاریخ ۸۶/۶/۲۴ به تصویب شوراهای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی رسید. طبق ماده ۵ ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، مصوبه جلسه شماره ۵۴۰ مورخ ۱۳۸۳/۳/۲۶ شورای عالی انقلاب فرهنگی و بنا به مصوبه شوراهای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی دستورالعمل اجرایی این ضوابط جهت اجرا به دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزشی و پژوهشی ابلاغ می‌گردد.

والسلام

قانون مطبوعات

ن والقلم و ما یسطرون ...
سوگند به قلم و آنچه می نویسد.

قرآن کریم

نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند، مگر آنکه محل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشند. تفصیل آن را قانون معین می‌کند.

« قانون اساسی اصل ۲۴ »

فصل اول – تعریف مطبوعات

ماده ۱- مطبوعات در این قانون عبارتند از: نشریاتی که به طور منظم با نام ثابت، تاریخ و شماره ردیف در زمینه‌های گوناگون خبری، انتقادی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، کشاورزی، فرهنگی، دینی، علمی، فنی، نظامی، هنری، ورزشی و نظایر اینها منتشر می‌شوند.

تبصره ۱- انتشار فوق العاده اختصاص به نشریه ای دارد که به طور مرتب انتشار می‌یابد.

تبصره ۲- نشریه ای که بدون اخذ پروانه از هیأت نظارت بر مطبوعات منتشر گردد، از شمول قانون مطبوعات خارج بوده و تابع قوانین عمومی است.

تبصره ۳- کلیه نشریات الکترونیکی مشمول مواد این قانون است.

فصل دوم – رسالت مطبوعات

ماده ۲- رسالتی که مطبوعات در نظام جمهوری اسلامی بر عهده دارد، عبارت است از:

الف - روشن ساختن افکار عمومی و بالا بردن سطح معلومات و دانش مردم در یک یا چند

زمینه مورد اشاره در ماده یک.

ب - پیشبرد اهدافی که در قانون اساسی جمهوری اسلامی بیان شده است.

ج - تلاش برای نفی مرزبندی‌های کاذب و تفرقه انگیز و قرار ندادن اقشار مختلف جامعه در مقابل یکدیگر، مانند دسته بندی مردم بر اساس نژاد، زبان، رسوم، سنن محلی و ...

د - مبارزه با مظاهر فرهنگ استعماری (اسراف، تبذیر، لغو، تجمل پرستی، اشاعه فحشا و ...) و ترویج و تبلیغ فرهنگ اصیل اسلامی و گسترش فضایل اخلاقی.

هـ - حفظ و تحکیم سیاست نه شرقی - نه غربی؛

تبصره - هر یک از مطبوعات باید حداقل در تحقق یکی از موارد فوق الذکر سهیم و با موارد دیگر به هیچ وجه در تضاد نبوده و در مسیر جمهوری اسلامی باشد.

فصل سوم - حقوق مطبوعات

ماده ۳ - مطبوعات حق دارند نظرات، انتقادات سازنده، پیشنهادها، توضیحات مردم و مسؤولان را با رعایت موازین اسلامی و مصالح جامعه درج و به اطلاع عموم برسانند.

تبصره - انتقاد سازنده مشروط به دارا بودن منطق و استدلال و پرهیز از توهین، تحقیر و تخریب می باشد.

ماده ۴ - هیچ مقام دولتی و غیر دولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله‌ای درصدد اعمال فشار بر مطبوعات برآید و یا به سانسور و کنترل نشریات مبادرت کند.

ماده ۵ - کسب و انتشار اخبار داخلی و خارجی که به منظور افزایش آگاهی عمومی و حفظ مصالح جامعه باشد با رعایت این قانون حق قانونی مطبوعات است.

تبصره ۱ - متخلف از مواد (۴) و (۵) به شرط داشتن شاکه به حکم دادگاه به انفصال خدمت از شش ماه تا دو سال و در صورت تکرار به انفصال از دایم از خدمات دولتی محکوم خواهد شد.

تبصره ۲ - مصوبات شورای عالی امنیت ملی، برای مطبوعات لازم الاتباع است. در صورت تخلف، دادگاه می تواند نشریه متخلف را به طور موقت تا دو ماه توقیف و پرونده را خارج از نوبت رسیدگی نماید.

تبصره ۳ - مطالب اختصاصی نشریات، اگر به نام پدید آورنده اثر (به نام اصلی یا مستعار) منتشر شود، به نام او و در غیر این صورت به نام نشریه، مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان می باشد.

فصل چهارم - حدود مطبوعات

ماده ۶ - نشریات جز در موارد اخلاص به مبانی و احکام اسلام و حقوق عمومی و خصوصی که در این فصل مشخص می شوند، آزادند:

- ۱- نشر مطالب الحادی و مخالف موازین اسلامی و ترویج مطالبی که به اساس جمهوری اسلامی لطمه وارد کند.
 - ۲- اشاعه فحشا و منکرات و انتشار عکس ها و تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی.
 - ۳- تبلیغ و ترویج اسراف و تبذیر.
 - ۴- ایجاد اختلاف مابین اقشار جامعه، به ویژه از طریق طرح مسایل نژادی و قومی.
 - ۵- تحریص و تشویق افراد و گروه‌ها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت، حیثیت و منافع جمهوری اسلامی ایران در داخل یا خارج.
 - ۶- فاش نمودن و انتشار اسناد و دستورها و مسایل محرمانه، اسرار نیروهای مسلح جمهوری اسلامی، نقشه و استحضامات نظامی، انتشار مذاکرات غیر علنی مجلس شورای اسلامی و محاکم غیر علنی دادگستری و تحقیقات مراجع قضایی بدون مجوز قانونی.
 - ۷- اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن و همچنین اهانت به مقام معظم رهبری و مراجع مسلم تقلید.
 - ۸- افترا به مقامات، نهادها، ارگان‌ها و هر یک از افراد کشور و توهین به اشخاص حقیقی و حقوقی که حرمت شرعی دارند، اگر چه از طریق انتشار عکس یا کاریکاتور باشد.
 - ۹- سرقت‌های ادبی و همچنین نقل مطلب از مطبوعات و احزاب و گروه‌های منحرف و مخالف اسلام (داخلی و خارجی) به نحوی که تبلیغ از آنها باشد. (حدود موارد فوق را آیین نامه مشخص می‌کند)
 - ۱۰- استفاده ابزاری از افراد (اعم از زن و مرد) در تصاویر و محتوا، تحقیر و توهین به جنس زن، تبلیغ تشریفات و تجملات نامشروع و غیر قانونی، طرح مطالب موجب تضاد میان زن و مرد از طریق دفاع غیر شرعی از حقوق آنان؛
 - ۱۱- پخش شایعات و مطالب خلاف واقع و یا تحریف مطالب دیگران؛
 - ۱۲- انتشار مطلب علیه اصول قانون اساسی؛
- تبصره -** متخلف از موارد مندرج در این ماده، مستوجب مجازات‌های مقرر در ماده ۶۹۸ قانون مجازات اسلامی خواهد بود و در صورت اصرار، مستوجب تشدید مجازات و لغو پروانه می باشد.
- ماده ۷-** موارد ذیل ممنوع و جرم محسوب می شود:
- الف - چاپ و انتشار نشریه ای که پروانه برای آن صادر نشده و یا پروانه آن لغو گردیده و یا به دستور دادگاه به طور موقت یا دائم تعطیل گردیده است.
 - ب - انتشار نشریه به گونه‌ای که اکثر مطالب آن مغایر باشد با آنچه که متقاضی به نوع آن متعهد شده است.

ج - انتشار نشریه به نحوی که با نشریات موجود یا نشریاتی که به طور موقت یا دائم تعطیل شده اند از نظر نام، علامت و شکل اشتباه شود.

د - انتشار نشریه بدون ذکر نام صاحب امتیاز و مدیر مسؤول و نشانی اداره نشریه و چاپخانه آن.

تبصره - مراکز نشر، چاپ، توزیع و فروش نشریات، مجاز به چاپ و انتشار و عرضه مطبوعات و نشریاتی که از سوی دادگاه صالح یا هیأت نظارت مغایر با اصول مندرج در این قانون تشخیص داده شود، نمی باشند.

فصل پنجم - شرایط متقاضی و مراحل صدور پروانه

ماده ۸- انتشار نشریه توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی با سرمایه ایرانی و اخذ پروانه از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آزاد است. استفاده نشریات از کمک خارجی - مستقیم یا غیر مستقیم - ممنوع و جرم محسوب می شود.

تبصره ۱- مطبوعاتی که از طرف سازمان های آزادیبخش اسلامی کشورهای دیگر منتشر می شود، می تواند با سرمایه و مسؤولیت اشخاص غیر ایرانی در چارچوب قوانین مربوطه به خارجیان مقیم ایران و موافقت وزارتین ارشاد و امور خارجه منتشر شوند.

تبصره ۲- کمک های اشخاص حقیقی یا حقوقی خارجی غیر دولتی که با نظارت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت امور خارجه دریافت گردد، مشمول این ماده نخواهد بود.

تبصره ۳- واگذاری امتیاز نشریه به غیر - اعم از قطعی، شرطی، اجاره و امثال آن - ممنوع است و جرم محسوب می شود مگر در صورت درخواست کتبی صاحب امتیاز و تصویب هیأت نظارت.

ماده ۹- الف - شخص حقیقی متقاضی امتیاز باید دارای شرایط زیر باشد:

- ۱- تابعیت ایران؛
 - ۲- دارا بودن حداقل ۲۵ سال سن؛
 - ۳- عدم حجر و ورشکستگی به تقلب و تقصیر؛
 - ۴- عدم اشتها به فساد اخلاقی و سابقه محکومیت کیفری بر اساس موازین اسلامی که موجب محرومیت از حقوق اجتماعی باشد.
 - ۵- داشتن صلاحیت علمی در حد لیسانس و یا پایان سطح در علوم حوزه ای به تشخیص هیأت نظارت موضوع ماده (۱۰) این قانون؛
 - ۶- پایبندی و التزام عملی به قانون اساسی؛
- ب - اشخاص حقوقی متقاضی امتیاز باید دارای شرایط زیر باشد:

- ۱- مراحل قانونی ثبت شخصیت حقوقی طی شده باشد و در اساسنامه و با قانون تشکیل خود مجاز به انتشار نشریه باشد.
- ۲- زمینه فعالیت نشریه مرتبط با زمینه فعالیت شخص حقوقی بوده و محدوده جغرافیایی انتشار آن همان محدوده جغرافیایی شخصیت حقوقی باشد.
- تبصره ۱-** متقاضی امتیاز نشریه موظف است خود یا شخص دیگری را به عنوان مدیر مسؤول واجد شرایط مندرج در این ماده معرفی نماید.
- تبصره ۲-** برای نشریات داخلی یک سازمان، مؤسسه و شرکت دولتی یا خصوصی که فقط برای استفاده کارکنان منتشر و رایگان در اختیار آنان قرار می گیرد تنها اجازه وزارت ارشاد اسلامی با رعایت ماده ۲ این قانون کافی است.
- تبصره ۳-** با یک پروانه نمی توان بیش از یک نشریه منتشر کرد.
- تبصره ۴-** صاحب امتیاز در قبال خط مشی کلی نشریه مسؤول است و مسؤولیت یکایک مطالبی که در نشریه به چاپ می رسد و دیگر امور در رابطه با نشریه به عهده او خواهد بود.
- تبصره ۵-** نخست وزیران، استانداران، امرای ارتش و شهربانی، ژاندارمری، رؤسای سازمان‌های دولتی، مدیران عامل و رؤسای هیأت مدیره شرکت‌ها و بانک‌های دولتی و کلیه شرکت‌ها و مؤسساتی که شمول حکم در مورد آن مستلزم ذکر نام است. نمایندگان مجلسین، سفرا، فرمانداران، شهرداران، رؤسای انجمن‌های شهر و شهرستان تهران و مراکز استان‌ها، اعضای ساواک، رؤسای دفاتر رستخیز در تهران و مراکز استان‌ها و شهرستان‌ها و وابستگان به رژیم سابق که در فاصله زمانی پانزدهم خرداد ۱۳۴۲ تا ۲۲ بهمن ۱۳۵۷ در مشاغل مذکور بوده و همچنین کسانی که در این مدت از طریق مطبوعات، رادیو و تلویزیون با سخنرانی در اجتماعات خدمتگزار تبلیغاتی رژیم گذشته بوده اند، از انتشار نشریه و هر گونه فعالیت مطبوعاتی محرومند.
- تبصره ۶-** هیأت نظارت موظف است، جهت بررسی صلاحیت متقاضی و مدیر مسؤول، از مراجع ذی صلاح (وزارت اطلاعات و دادگستری و نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران) استعلام نمایند. مراجع مذکور موظفند حداکثر تا دو ماه نظر خود را همراه مستندات و مدارک معتبر، به هیأت نظارت اعلام نمایند. در صورت عدم پاسخ از سوی مراجع مذکور و فقدان دلیل دیگر صلاحیت آنان، تأیید شده تلقی می گردد.
- تبصره ۷-** مسؤولیت مقالات و مطالبی که در نشریه منتشر می شود، به عهده مدیر مسؤول است، ولی این مسؤولیت نافی مسؤولیت نویسنده و سایر اشخاصی که در ارتکاب جرم دخالت داشته باشند، نخواهد بود.

تبصره ۸- اعضا و هواداران گروه‌های ضد انقلاب و یا گروه‌های غیر قانونی و محکومین دادگاه‌های انقلاب اسلامی که به جرم اعمال ضد انقلابی و یا علیه امنیت داخلی و خارجی، محکومیت یافته اند و همچنین کسانی که علیه نظام جمهوری اسلامی ایران، فعالیت و یا تبلیغ می کنند، حق هیچگونه فعالیت مطبوعاتی و قبول سمت در نشریات را ندارند.

ماده ۱۰- اعضای هیأت نظارت بر مطبوعات که از افراد مسلمان و صاحب صلاحیت علمی و اخلاقی لازم و مؤمن به انقلاب اسلامی می باشند، عبارتند از:

الف - یکی از قضات به انتخاب رئیس قوه قضاییه

ب - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام الاختیار وی

ج - یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس

د - یکی از اساتید دانشگاه به انتخاب وزیر فرهنگ و آموزش عالی

ه - یکی از مدیران مسؤول مطبوعات به انتخاب آنان

و - یکی از اساتید حوزه علمیه به انتخاب شورای عالی حوزه علمیه قم.

ز - یکی از اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی به انتخاب آن شورا.

تبصره ۱- این هیأت ظرف دو ماه پس از تصویب این قانون در دوره اول و در دوره های بعد ظرف یک ماه قبل از اتمام مدت مقرر برای مدت دو سال به دعوت وزیر ارشاد اسلامی تشکیل می شود.

تبصره ۲- تصمیمات هیأت نظارت قطعی است؛ این امر مانع شکایت و اقامه دعوای افراد ذی نفع در محاکم نخواهد بود.

تبصره ۳- دبیرخانه هیأت نظارت، با امکانات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می شود و زیر نظر آن هیأت، انجام وظیفه می نماید.

تبصره ۴- وزارت ارشاد اسلامی، مسؤول دعوت و برگزاری جلسه انتخابات موضوع بند «ه» این ماده است و مرجع تشخیص صلاحیت نامزدهای انتخابات مزبور بر اساس شرایط مندرج در صدر این ماده هیأت سه نفری مرکب از افراد بندهای الف، ب و ج می باشند.^۴

تبصره ۵- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ریاست هیأت نظارت بر مطبوعات را بر عهده خواهد داشت و پاسخگوی عملکرد هیأت مذکور، در مجلس و دیگر مراجع ذیصلاح خواهد بود.

ماده ۱۱- رسیدگی به درخواست صدور پروانه و تشخیص صلاحیت متقاضی و مدیر مسؤول به عهده هیأت نظارت بر مطبوعات است.

تبصره - در صورتی که صاحب پروانه یکی از شرایط مقرر در ماده (۹) این قانون را فاقد شود، به تشخیص هیأت نظارت مقرر در ماده (۱۰) و با رعایت تبصره‌های آن، پروانه نشریه لغو می‌شود.

ماده ۱۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است، تخلف نشریات را رأساً به تقاضای حداقل دو نفر از اعضای هیأت نظارت، ظرف مدت یک ماه مورد بررسی قرار داده و در صورت لزوم به‌طور مستقیم و یا از طریق هیأت نظارت، مراتب را جهت پیگرد قانونی به دادگاه صالح تقدیم نماید.

تبصره - در مورد تخلفات موضوع ماده (۶) به جز بند (۳) و (۴) و بند (ب)، (ج) و (د) ماده (۷) هیأت نظارت می‌تواند نشریه را توقیف نماید و در صورت توقیف، موظف است ظرف یک هفته، پرونده را جهت رسیدگی به دادگاه ارسال نماید.

ماده ۱۳- هیأت نظارت، مکلف است ظرف مدت سه ماه از تاریخ دریافت تقاضا جهت امتیاز یک نشریه درباره صلاحیت متقاضی و مدیر مسؤول با رعایت شرایط مقرر در این قانون رسیدگی‌های لازم را انجام داده مراتب رد یا قبول تقاضا را با ذکر دلایل و شواهد جهت اجرا به وزیر ارشاد گزارش نماید وزارت ارشاد اسلامی، موظف است حداکثر ظرف ۲ ماه از تاریخ موافقت هیأت نظارت برای متقاضی، پروانه انتشار صادر کند.

ماده ۱۴- در صورتی که مدیر مسؤول، شرایط مندرج در ماده ۹ را فاقد گردد، یا فوت شود و یا استعفا دهد، صاحب امتیاز موظف است، حداکثر ظرف ۳ ماه شخص دیگری را که واجد شرایط باشد، به وزارت ارشاد اسلامی معرفی کند؛ در غیر این صورت از انتشار نشریه او جلوگیری می‌شود تا زمانی که صلاحیت مدیر به تأیید نرسیده است، مسؤولیت‌های مدیر به عهده صاحب امتیاز است.

ماده ۱۵- اعلام نظر هیأت نظارت مبنی بر تأیید یا عدم تأیید مدیر مسؤول جدید، حداکثر سه ماه از تاریخ معرفی توسط وزارت ارشاد اسلامی خواهد بود.

ماده ۱۶- صاحب امتیاز موظف است ظرف شش ماه پس از صدور پروانه، نشریه مربوطه را منتشر کند و در غیر این صورت با یک بار اخطار کتبی و دادن فرصت پانزده روز دیگر، در صورت عدم عذر موجه اعتبار پروانه از بین می‌رود. عدم انتشار منظم نشریه در یک سال نیز اگر بدون عذر موجه (به تشخیص هیأت نظارت) باشد، موجب لغو پروانه خواهد بود.

تبصره - نشریه ای که سالانه منتشر می‌شود (سالنامه) از ماده فوق مستثنی بوده و در صورت عدم نشر ظرف یک سال بدون عذر موجه، پروانه صاحب امتیاز لغو خواهد شد.

ماده ۱۷- پروانه‌هایی که بر طبق مقررات سابق برای نشریات کنونی صادر شده است، به اعتبار خود باقی است؛ مشروط بر این که ظرف سه ماه از تاریخ اجرای این قانون، صاحب امتیاز برای تطبیق وضع خود، با این قانون اقدام نماید.

ماده ۱۸- در هر شماره باید نام صاحب امتیاز، مدیر مسؤول، نشانی اداره و چاپخانه‌ای که نشریه در آن به چاپ می‌رسد و نیز زمینه فعالیت و ترتیب انتشار، نوع نشریه (دینی، علمی، سیاسی، اقتصادی، ادبی، هنری و غیره) در صفحه معین و محل ثابت اعلان شود، چاپخانه‌ها نیز مکلف به رعایت مفاد این ماده می‌باشند.

ماده ۱۹- نشریات در چاپ آگهی‌های تجاری که مشتمل بر تعریف و تمجید کالا یا خدماتی که از طرف یکی از مراکز تحقیقاتی کشور که برحسب قوانین رسمیت داشته باشند، تأیید گردد، با رعایت ماده ۱۲ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانونهای آگهی تبلیغاتی و بندهای مربوطه مجاز به درج آگهی‌های مشتمل بر تعریف و تشویق از کالا و خدمات هستند، متن این تعریف و تشویق نمی‌تواند از متن تقدیرنامه رسمی مراکز در این ماده فراتر رود.

ماده ۲۰- هر روزنامه یا مجله باید دفاتر محاسباتی پلمپ شده بر طبق قانون، تهیه و کلیه مخارج و درآمد خود را در آن ثبت کند و بیلان سالانه درآمد و مخارج را به وزارت ارشاد اسلامی بفرستد. وزارت ارشاد اسلامی هر وقت لازم بداند، دفاتر مالی مؤسسات را بازرسی می‌نماید.

تبصره - کلیه مطبوعات مکلفند همه ماهه تیراژ فروش ماهیانه خود را کتباً به وزارت ارشاد اسلامی اطلاع دهند.

ماده ۲۱- مدیران مسؤول نشریات موظفند از هر شماره نشریه، دو نسخه به هر یک از مراجع زیر، به طور مرتب رایگان، ارسال نمایند:

الف - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛

ب - مجلس شورای اسلامی؛

ج - دادگستری مرکز استان محل نشر؛

ماده ۲۲- ورود مطبوعات به کشور و نیز خروج آن بر اساس موازین شرعی و قانون اساسی و نظام جمهوری اسلامی است. ضوابط ورود و خروج آن ظرف شش ماه توسط وزارت ارشاد اسلامی تهیه و به تصویب مجلس شورای اسلامی خواهد رسید.

فصل ششم - جرایم

ماده ۲۳- هر گاه در مطبوعات، مطالبی مشتمل بر توهین یا افترا، یا خلاف واقع و یا انتقاد نسبت به شخص (اعم از حقیقی یا حقوقی) مشاهده شود، ذی‌نفع حق دارد پاسخ آن را ظرف یک ماه کتباً برای همان نشریه بفرستد و نشریه مزبور موظف است این گونه توضیحات و پاسخ‌ها را در یکی از دو شماره‌ای که پس از وصول پاسخ منتشر می‌شود، در همان صفحه و ستون و با همان

حروف که اصل مطلب منتشر شده است، مجانی به چاپ برساند، به شرط آن که جواب از دو برابر اصل تجاوز نکند و متضمن توهین و افترا به کسی نباشد.

تبصره ۱- اگر نشریه علاوه بر پاسخ مذکور مطالب یا توضیحات مجددی چاپ کند، حق پاسخگویی مجدد برای معترض باقی است. درج قسمتی از پاسخ به صورتی که آن را ناقص یا نامفهوم سازد و همچنین افزودن مطالبی به آن در حکم عدم درج است و متن پاسخ باید در یک شماره درج شود.

تبصره ۲- پاسخ نامزدهای انتخاباتی در جریان انتخابات باید در اولین شماره نشریه درج گردد به شرط آن که حداقل شش ساعت پیش از چاپ رفتن نشریه پاسخ به دفتر نشریه تسلیم و رسید دریافت شده باشد.

تبصره ۳- در صورتی که نشریه از درج پاسخ امتناع ورزد، شاکی می تواند به دادگستری شکایت کند و رییس دادگستری در صورت احراز صحت شکایت، جهت نشر پاسخ به نشریه اخطار می کند و هر گاه این اخطار مؤثر واقع نشود، پرونده را پس از دستور توقیف موقت نشریه که مدت آن حداکثر از ده روز تجاوز نخواهد کرد، به دادگاه ارسال می کند.

تبصره ۴- اقدامات موضوع این ماده و تبصره های آن، نافی اختیارات شاکی در جهت شکایت به مراجع قضایی نمی باشد.

ماده ۲۴- اشخاصی که اسناد و دستوره های محرمانه نظامی و اسرار ارتش و سپاه و یا نقشه های قلاع و استحکامات نظامی را در زمان جنگ یا صلح به وسیله یکی از مطبوعات فاش و منتشر کنند، به دادگاه تحویل تا برابر مقررات رسیدگی شود.

ماده ۲۵- هر کس به وسیله مطبوعات، مردم را صریحاً به ارتکاب جرم یا جنایتی بر ضد امنیت داخلی یا سیاست خارجی کشور که در قانون مجازات عمومی پیش بینی شده است، تحریص و تشویق نماید، در صورتی که اثری بر آن مترتب شود، به مجازات معاونت همان جرم محکوم و در صورتی که اثری بر آن مترتب نشود، طبق نظر حاکم شرع بر اساس قانون تعزیرات با وی رفتار خواهد شد.

ماده ۲۶- هر کس به وسیله مطبوعات، به دین مبین اسلام و مقدسات آن اهانت کند، در صورتی که به ارتداد منجر شود حکم ارتداد در حق وی صادر و اجرا و اگر به ارتداد نینجامد طبق نظر حاکم شرع بر اساس قانون تعزیرات با وی رفتار خواهد شد.

ماده ۲۷- هر گاه در نشریه ای به رهبر جمهوری اسلامی ایران و یا مراجع مسلم تقلید اهانت شود، پروانه آن نشریه لغو و مدیر مسؤول و نویسنده مطلب به محاکم صالحه معرفی و مجازات خواهد شد.

تبصره - رسیدگی به جرایم موضوع مواد ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷ تابع شکایت مدعی خصوصی نیست.

ماده ۲۸- انتشار عکس‌ها و تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی ممنوع و موجب تعزیر شرعی است و اصرار بر آن موجب تشدید تعزیر و لغو پروانه خواهد بود.

ماده ۲۹- انتشار مذاکرات غیرعلنی مجلس شورای اسلامی و مذاکرات غیرعلنی محاکم دادگستری یا تحقیقات مراجع اطلاعاتی و قضایی که طبق قانون، افشا آن مجاز نیست، ممنوع است و در صورت تخلف طبق نظر حاکم شرع و قانون تعزیرات با وی رفتار خواهد شد.

ماده ۳۰- انتشار هر نوع مطلب مشتمل بر تهمت یا افترا یا فحش و الفاظ رکیک یا نسبت‌های توهین آمیز و نظایر آن نسبت به اشخاص ممنوع می‌گردد، و تعقیب جرایم مزبور موکول به شکایت شاکی خصوصی است و در صورت استرداد شکایت تعقیب در هر مرحله ای که باشد متوقف خواهد شد.

تبصره ۱- در موارد فوق شاکی (اعم از حقیقی یا حقوقی) می‌تواند برای مطالبه خسارتی که از نشر مطالب مزبور بر او وارد آمده به دادگاه صالحه شکایت نموده و دادگاه نیز مکلف است نسبت به آن رسیدگی و حکم متناسب صادر نماید.

تبصره ۲- هر گاه انتشار مطالب مذکور در ماده فوق راجع به شخص متوفی بوده ولی عرفاً هتاک به بازماندگان وی به حساب آید، هر یک از ورثه قانونی می‌تواند از نظر جزایی یا حقوقی طبق ماده و تبصره فوق اقامه دعوی نماید.

ماده ۳۱- انتشار مطالبی که مشتمل بر تهدید به هتک شرف و یا حیثیت و یا افشای اسرار شخصی باشد، ممنوع است و مدیر مسؤول به محاکم قضایی معرفی و با وی طبق قانون تعزیرات رفتار خواهد شد.

تبصره - در مورد مواد ۳۰ و ۳۱ تا زمانی که پرونده در مرحله تحقیق و رسیدگی است، نشریه مطلبی نشر دهد، در صورت تخلف، رییس دادگاه باید قبل از ختم تحقیقات، حکم توقیف نشریه را صادر کند. این توقیف، شامل اولین شماره بعد از ابلاغ می‌شود و در صورت تکرار تا موقع صدور رأی دادگاه از انتشار نشریه جلوگیری می‌شود.

ماده ۳۲- هر کس در نشریه ای خود را برخلاف واقع، صاحب پروانه انتشار یا مدیر مسؤول معرفی کند، یا بدون داشتن پروانه به انتشار نشریه مبادرت نماید، طبق نظر حاکم شرع با وی رفتار خواهد شد.

مقررات این ماده شامل دارندگان پروانه و مدیران مسؤولی که سمت‌های مزبور را طبق قانون از دست داده اند نیز می‌شود.

ماده ۳۳- الف - هر گاه در انتشار نشریه، نام یا علامت نشریه دیگری ولو با تغییرات جزئی تقلید شود، به طوری که برای خواننده امکان اشتباه باشد، از انتشار آن جلوگیری و مرتکب به حبس تعزیری شصت و یک روز تا سه ماه و جزای نقدی از یک میلیون (۱/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم می‌شود. تعقیب جرم و مجازات، منوط به شکایت شاکی خصوصی است.

ب - پس از توقیف یک نشریه، انتشار هر نوع نشریه دیگر به جای نشریه توقیف شده به نحوی که با نشریه مذکور از نظر نام، علامت و شکل مشتبه شود، ممنوع است و نشریه جدید، بلافاصله توقیف می‌گردد. مرتکب، به مجازات حبس تعزیری از سه ماه تا شش ماه و جزای نقدی از دو میلیون (۲/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم می‌شود.

ماده ۳۴- رسیدگی به جرایم مطبوعاتی با توجه به قوانین مربوط به صلاحیت ذاتی، می‌تواند در محاکم عمومی یا انقلاب یا سایر مراجع قضایی باشد. در هر صورت، علنی بودن و حضور هیأت منصفه، الزامی است.

تبصره - به جرایم مطبوعاتی در محاکم صالح مراکز استان‌ها رسیدگی می‌شود.

ماده ۳۵- تخلف از مقررات این قانون، جرم است و چنانچه در قانون مجازات تعیین نشده باشد، متخلف به یکی از مجازات‌های ذیل محکوم می‌شود.

الف - جزای نقدی از یک میلیون (۱/۰۰۰/۰۰۰) تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال.

ب - تعطیل نشریه، حداکثر تا شش ماه در مورد روزنامه‌ها و حداکثر تا یک سال در مورد سایر نشریات.

تبصره - دادگاه می‌تواند در جرایم مطبوعاتی، مجازات حبس و شلاق را به یکی از مجازات‌های ذیل تبدیل نماید:

الف - جزای نقدی از دو میلیون (۲/۰۰۰/۰۰۰) تا پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال.

ب - تعطیل نشریه، حداکثر تا شش ماه در مورد روزنامه‌ها و تا یک سال در مورد سایر نشریات.

ج - محرومیت از مسؤولیت‌های مطبوعاتی حداکثر تا پنج سال.

فصل هفتم - هیأت منصفه مطبوعات

ماده ۳۶- انتخاب هیأت منصفه به طریق زیر خواهد بود: هر دو سال یک بار در مهر ماه جهت تعیین اعضای هیأت منصفه در تهران، به دعوت وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و با حضور وی و رئیس کل دادگستری استان، رئیس شورای شهر، رئیس سازمان تبلیغات و نماینده شورای سیاستگذاری ائمه جمعه سراسر کشور و در مراکز استان و با حضور وی و رئیس کل دادگستری

استان، رییس شورای شهر مرکز استان، رییس سازمان تبلیغات و امام جمعه مرکز استان یا نماینده وی تشکیل می شود.

هیأت مذکور در تهران (۲۱) نفر و در سایر استانها (۱۴) نفر افراد مورد اعتماد عمومی را از بین گروه‌های مختلف اجتماعی (روحانیون، اساتید دانشگاه، پزشکان، مهندسان، نویسندگان و روزنامه نگاران، وکلای دادگستری، دبیران و آموزگاران، اصناف، کارمندان، کارگران، کشاورزان، هنرمندان و بسیجیان) به عنوان اعضای هیأت منصفه انتخاب می کند.

تبصره ۱- چنانچه مفاد موضوع این ماده در مهلت مقرر انجام نشود، رییس کل دادگستری مکلف می باشد نسبت به دعوت افراد یاد شده و انتخاب هیأت منصفه، اقدام نماید.

تبصره ۲- چنانچه به هر دلیلی اعضای هیأت منصفه به ده نفر یا کمتر برسد، هیأت مذکور در این ماده موظف است ظرف یک ماه تشکیل جلسه داده و نسبت به تکمیل اعضای هیأت منصفه اقدام نماید.

ماده ۲۷- اعضای هیأت منصفه باید دارای شرایط زیر باشند:

۱- داشتن حداقل سی سال و تأهل

۲- نداشتن سابقه محکومیت مؤثر کیفری

۳- اشتها به امانت، صداقت و حسن شهرت

۴- صلاحیت علمی و آشنایی با مسایل فرهنگی و مطبوعاتی.

ماده ۲۸- پس از انتخاب اعضای هیأت منصفه، موضوع ماده (۳۶) این قانون، مراتب توسط رییس کل دادگستری استان به اعضا ابلاغ می گردد. دادگاه رسیدگی کننده به جرایم مطبوعاتی، حداقل یک هفته قبل از زمان رسیدگی از تمامی اعضای هیأت منصفه دعوت می کند. اکثریت آرای حاضران، ملاک تصمیم گیری هیأت منصفه خواهد بود. اعضای هیأت موظفند تا پایان جلسات دادگاه حضور داشته باشند.

تبصره ۱- تصمیمات هیأت‌های نظارت و منصفه با اکثریت مطلق عده حاضر معتبر خواهد بود.

تبصره ۲- چنانچه در دو جلسه رسیدگی به یک پرونده جرم مطبوعاتی، هیأت منصفه به حد نصاب نرسد، دادگاه در جلسه سوم با حضور افراد حاضر، حداقل به تعداد پنج نفر رسیدگی می نماید.

تبصره ۳- دبیرخانه هیأت منصفه با بودجه و امکانات قوه قضاییه تشکیل و زیر نظر هیأت منصفه انجام وظیفه می نماید.

ماده ۲۹- هر یک از اعضای هیأت منصفه چنانچه بدون عذر موجه در دو جلسه متوالی یا پنج جلسه متناوب دادگاه حاضر نشود یا از شرکت در اتخاذ تصمیم خودداری کند، با حکم دادگاه

رسیدگی کننده به دو سال محرومیت از عضویت در هیأت منصفه، محکوم می شود. رأی دادگاه قطعی است.

تبصره - هر یک از اعضای هیأت منصفه به علت وجود عذر موجه نتواند در جلسه دادگاه حضور یابد، موظف است دو روز قبل از جلسه دادرسی، عذر خود را کتباً و بطور مستدل به استحضار دادگاه برساند، در غیر این صورت، عذر وی غیر موجه محسوب می گردد، مگر عذرهایی که در این فاصله تا جلسه دادگاه حادث شده باشد. در هر حال موظف است عذر خود را به دادگاه اعلام نماید.

عذر موجه، همان است که در آیین دادرسی، احصا گردیده است.

ماده ۴۰- اعضای هیأت منصفه در ابتدای اولین جلسه حضور خود در دادگاه، به خداوند متعال و در برابر قرآن کریم، سوگند یاد می کنند، بدون در نظر گرفتن گرایش‌های شخصی یا گروهی و با رعایت صداقت، تقوی و امانت داری، در راه احقاق حق و ابطال باطل انجام وظیفه نمایند.

ماده ۴۱- موارد رد اعضای هیأت منصفه، همان است که طبق قانون در مورد رد قضاوت پیش‌بینی شده است.

ماده ۴۲- هر گاه در حین محاکمه، اعضای هیأت منصفه سؤالاتی داشته باشند، مراتب را کتباً جهت طرح، تسلیم رئیس دادگاه می نمایند.

ماده ۴۳- پس از اعلام ختم رسیدگی، بلافاصله اعضای هیأت منصفه به شور پرداخته و نظر کتبی خود را در دو مورد زیر به دادگاه اعلام می دارند:

الف - متهم بزهکار است یا خیر؟

ب - در صورت بزهکاری آیا مستحق تخفیف است یا خیر؟

تبصره ۱- پس از اعلام نظر هیأت منصفه، دادگاه در خصوص مجرمیت یا برائت متهم، اتخاذ تصمیم نموده و طبق قانون، مبادرت به صدور رأی می نماید.

تبصره ۲- در صورتی که تصمیم هیأت منصفه بر بزهکاری باشد، دادگاه می تواند پس از رسیدگی رأی بر برائت صادر کند.

تبصره ۳- در صورتی که رأی دادگاه، مبنی بر مجرمیت باشد رأی صادره طبق مقررات قانونی، قابل تجدید نظر خواهی است. در رسیدگی مرحله تجدید نظر، حضور هیأت منصفه لازم است.

تبصره ۴- حضور هیأت منصفه در تحقیقات مقدماتی و صدور قرارهای قانونی لازم نیست.

ماده ۴۴- هر گاه حکم دادگاه مبنی بر برائت یا محکومیتی باشد که مستلزم سلب حقوق اجتماعی نباشد، از نشریه در صورتی که قبلاً توقیف شده باشد، بی درنگ رفع توقیف خواهد شد و انتشار مجدد آن بلامانع می باشد.

فصل هشتم - موارد متفرقه

ماده ۴۵- نظارت دقیق بر عملکرد جراید و انجام رسالت مطبوعاتی آنان برعهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این امر، مانع از انجام وظیفه مستقیم هیأت نظارت نخواهد بود.

ماده ۴۶- صاحب امتیاز و مدیر مسؤول موظفند کلیه کارکنان نشریه را بیمه نمایند تا در صورتی که به حکم دادگاه یا رأی هیأت منصفه یا به هر دلیل دیگر نشریه تعطیل گردد، تا زمان اشتغال مجدد طبق مقررات قانون کار، حقوق قانونی آنان پرداخت شود.

ماده ۴۷- آیین نامه اجرایی این قانون، ظرف حداکثر شش ماه توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

ماده ۴۸- این قانون، از جمله در مورد نحوه تشکیل هیأت نظارت و هیأت منصفه از تاریخ ابلاغ، لازم الاجرا است و نیز از تاریخ تصویب، کلیه قوانین مغایر با آن از جمله لایحه قانونی مطبوعات، مصوب ۱۳۵۸/۵/۲۵ شورای انقلاب لغو می گردد.

آخرین اصلاح قانون مطبوعات

قانون اصلاح قانون مطبوعات

مصوبه ۳۰ فروردین ۱۳۷۹ مجلس شورای اسلامی

ماده ۱- تبصره ذیل ماده (۱) به تبصره (۱) تبدیل شده و تبصره های زیر به عنوان تبصره (۲) و (۳) به آن اضافه می گردد:

تبصره ۲- نشریه ای که بدون اخذ پروانه از هیأت نظارت بر مطبوعات منتشر گردد، از شمول قانون مطبوعات خارج بوده و تابع قوانین عمومی است.

تبصره ۳- کلیه نشریات الکترونیکی مشمول مواد این قانون است.

ماده ۲- سه تبصره ذیل به ماده (۵) الحاق می گردد.

تبصره ۱- متخلف از مواد (۴) و (۵) به شرط داشتن شاکه به حکم دادگاه به انفصال خدمت از شش ماه تا دو سال و در صورت تکرار به انفصال دایم از خدمات دولتی محکوم خواهد شد.

تبصره ۲- مصوبات شورای عالی امنیت ملی برای مطبوعات لازم الاتباع است. در صورت تخلف، دادگاه می تواند نشریه متخلف را موقتاً تا دو ماه توقیف و پرونده را خارج از نوبت رسیدگی نماید.

تبصره ۳- مطالب اختصاصی نشریات، اگر به نام پدید آورنده اثر (به نام اصلی یا مستعار) منتشر شود، به نام او و در غیر این صورت به نام نشریه، مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان می باشد.

ماده ۳- در ماده (۶) قانون مطبوعات، اصلاحات زیر انجام می شود:

الف - در صدر ماده بعد، از کلمه «عمومی» عبارت «و خصوصی» اضافه می شود.

ب - در بند (۵) عبارت «افراد گروه‌ها» به صورت «افراد و گروه‌ها» اصلاح می شود.

ج - بند الحاقی مصوب ۱۳۷۷/۵/۲۱ مجلس شورای اسلامی به قانون مطبوعات به بند (۱۰)

تغییر و دو بند زیر به عنوان بندهای (۱۱) و (۱۲) الحاق می گردد:

۱۱- پخش شایعات و مطالب خلاف واقع و یا تحریف مطالب دیگران؛

۱۲- انتشار مطلب علیه اصول قانون اساسی؛

ماده ۴- ماده (۷) قانون مطبوعات به شرح زیر اصلاح می گردد.

الف - صدر ماده به شرح زیر اصلاح می گردد:

موارد ذیل ممنوع و جرم محسوب می شود:

ب - بند (ه) با اصلاحی به شرح زیر به عنوان تبصره تبدیل می گردد:

تبصره - مراکز نشر، چاپ، توزیع و فروش نشریات، مجاز به چاپ و انتشار و عرضه مطبوعات و نشریاتی که از سوی دادگاه صالح یا هیأت نظارت مغایر با اصول مندرج در این قانون تشخیص داده شود، نمی باشند.

ماده ۵- ماده (۸) به ترتیب زیر اصلاح و دو تبصره به عنوان تبصره (۲) و (۳) به آن الحاق می

گردد:

ماده ۸- انتشار نشریه توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی با سرمایه ایرانی و اخذ پروانه از وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی آزاد است. استفاده نشریات از کمک خارجی مستقیم یا غیر مستقیم -

ممنوع و جرم محسوب می شود.

تبصره ۲- کمک‌های اشخاص حقیقی یا حقوقی خارج غیر دولتی که با نظارت وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت امور خارجه دریافت گردد، مشمول این ماده نخواهد بود.

تبصره ۳- واگذاری امتیاز نشریه به غیر - اعم از قطعی، شرطی، اجاره و امثال آن - ممنوع است و جرم محسوب می شود، مگر در صورت درخواست کتبی صاحب امتیاز و تصویب هیأت نظارت.

ماده ۶- در ماده (۹) اصلاحات زیر به عمل می آید.

متن ماده به شرح زیر اصلاح می شود:

الف - شخص حقیقی متقاضی امتیاز باید دارای شرایط زیر باشد:

- تابعیت ایران

- دارا بودن حداقل ۲۵ سال سن

- عدم حجر و ورشکستگی به تقلب و تقصیر

- عدم اشتها به فساد اخلاق و سابقه محکومیت کیفری

بر اساس موازین اسلامی که موجب محرومیت از حقوقی اجتماعی باشد.

داشتن صلاحیت علمی در حد لیسانس و یا پایان سطح در علوم حوزه ای به تشخیص هیأت

نظارت موضوع ماده (۱۰) این قانون

- پایبندی و التزام عملی به قانون اسلامی

ب - اشخاص حقوقی متقاضی امتیاز باید دارای شرایط ذیل باشند:

مراحل قانونی ثبت شخصیت حقوقی طی شده باشد و در اساسنامه و یا قانون تشکیل خود

مجاز به انتشار آن همان محدوده جغرافیایی شخصیت حقوقی باشد.

به انتهای تبصره (۵) بعد از «انتشار نشریه» عبارت «و هر گونه فعالیت مطبوعاتی» اضافه می

باشد.

سه تبصره به عنوان تبصره های (۶)، (۷) و (۸) به ماده الحاق می گردد:

تبصره ۶- هیأت نظارت موظف است، جهت بررسی صلاحیت متقاضی و مدیر مسؤول، از

مراجع ذیصلاح (وزارت اطلاعات و دادگستری و نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران) استعلام

نمایند. مراجع مذکور موظفند حداکثر تا دو ماه نظر خود را همراه مستندات و مدارک معتبر، به

هیأت نظارت اعلام نمایند. در صورت عدم پاسخ از سوی مراجع مذکور و فقدان دلیل دیگر صلاحیت

آنان، تأیید شده تلقی می گردد.

تبصره ۷- مسؤولیت مقالات و مطالبی که در نشریه منتشر می شود، به عهده مدیر مسؤول

است، ولی این مسؤولیت نافی مسؤولیت نویسنده و سایر اشخاصی که در ارتکاب جرم دخالت داشته

باشند، نخواهد بود.

تبصره ۸- اعضا و هواداران گروه‌های ضد انقلاب و یا گروه‌های غیر قانونی و محکومیت دادگاه‌های انقلاب اسلامی که به جرم اعمال ضد انقلابی و یا علیه امنیت داخلی و خارجی، محکومیت یافته اند و همچنین کسانی که علیه نظام جمهوری اسلامی ایران، فعالیت و یا تبلیغ می کنند، حق هیچگونه فعالیت مطبوعاتی و قبول سمت در نشریات را ندارند.

ماده ۷- متن ماده (۱۰) قانون و تبصره های (۲) و (۳) به شرح زیر اصلاح و یک تبصره به عنوان تبصره (۵) به آن الحاق می گردد:

ماده ۱۰- اعضای هیأت نظارت بر مطبوعات که از افراد مسلمان و صاحب صلاحیت علمی و اخلاقی لازم و مؤمن به انقلاب اسلامی می باشند، عبارتند از:

الف - یکی از قضات به انتخاب رییس قوه قضاییه

ب - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام الاختیار وی

ج - یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس

د - یکی از اساتید دانشگاه به انتخاب وزیر فرهنگ و آموزش عالی

هـ - یکی از مدیران مسؤول مطبوعات به انتخاب آنان

و - یکی از اساتید حوزه علمیه به انتخاب شورای عالی حوزه علمیه قم

ز - یکی از اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی به انتخاب آن شورا

تبصره ۲- تصمیمات هیأت نظارت قطعی است این امر مانع شکایت و اقامه دعوی افراد ذی‌نفع در محاکم نخواهد بود.

تبصره ۳- دبیرخانه هیأت نظارت، با امکانات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می شود و زیر نظر آن هیأت، انجام وظیفه می نماید.

تبصره ۵- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ریاست هیأت نظارت بر مطبوعات را بر عهده خواهد داشت و پاسخگوی عملکرد هیأت مذکور، در مجلس و دیگر مراجع ذی‌صلاح خواهد بود.

ماده ۸- یک تبصره به شرح ذیل به ماده (۱۱) قانون الحاق می گردد:

تبصره - در صورتی که صاحب پروانه یکی از شرایط مقرر در ماده (۹) این قانون را فاقد شود، به تشخیص هیئت نظارت مقرر در ماده (۱۰) و با رعایت تبصره های آن، پروانه نشریه لغو می شود.

ماده ۹- ماده (۱۲) به شرح ذیل اصلاح و یک تبصره به آن الحاق می گردد:

ماده ۱۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است، تخلف نشریات را رأساً یا به تقاضای حداقل دو نفر از اعضای هیأت نظارت ظرف مدت یک ماه مورد بررسی قرار داده و در صورت لزوم به طور مستقیم و یا از طریق هیأت نظارت، مراتب را جهت پیگرد قانونی به دادگاه صالح تقدیم نماید.

تبصره - در مورد تخلفات موضوع ماده (۶) به جز بند (۳) و (۴) و بند (ب)، (ج) و (د) ماده (۷) هیأت نظارت می تواند نشریه را توقیف نماید و در صورت توقیف، موظف است ظرف یک هفته، پرونده را جهت رسیدگی به دادگاه ارسال نماید.

ماده ۱۰- ماده (۲۱) به شرح زیر اصلاح می گردد:

مدیران مسؤول نشریات موظفند از هر شماره نشریه، دو نسخه به هر یک از مراجع زیر، به طور مرتب و رایگان ارسال نمایند:

الف - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ب - مجلس شورای اسلامی

ج - دادگستری مرکز استان محل نشر

ماده ۱۱- تبصره (۳) ماده (۲۳) به شرح زیر اصلاح و یک تبصره به عنوان تبصره (۴) الحاق می گردد:

تبصره ۳- در صورتی که نشریه از درج پاسخ امتناع ورزد یا پاسخ را منتشر نسازد، شاکی می تواند به دادگستری شکایت کند.

و رییس دادگستری در صورت احراز صحت شکایت، جهت نشر پاسخ به نشریه اخطار می کند و هر گاه این اخطار مؤثر واقع نشود، پرونده را پس از دستور توقیف موقت نشریه که مدت آن حداکثر از ده روز تجاوز نخواهد کرد به دادگاه ارسال می کند.

تبصره ۴- اقدامات موضوع این ماده و تبصره های آن، نافی اختیارات شاکی در جهت شکایت به مراجع قضایی نمی باشد.

ماده ۱۲- عبارت «یا شورای رهبری» از متن ماده (۲۷) حذف می گردد.

ماده ۱۳- عبارت «دادستان عمومی» در تبصره ماده (۳۱) به رییس دادگاه تبدیل می گردد.

ماده ۱۴- ماده (۳۳) قانون مطبوعات به شرح زیر اصلاح می شود:

ماده ۳۳- الف - هر گاه در انتشار نشریه، نام یا علامت نشریه دیگری ولو با تغییرات جزئی تقلید شود، به طوری که برای خواننده امکان اشتباه باشد، از انتشار آن جلوگیری و مرتکب به حبس تعزیری شصت و یک روز تا سه ماه و جزای نقدی از یک میلیون (۱/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم می شود. تعقیب جرم و مجازات، منوط به شکایت شاکی خصوصی است.

ب - پس از توقیف یک نشریه، انتشار هر نوع نشریه دیگر به جای نشریه توقیف شده به نحوی که با نشریه مذکور از نظر نام، علامت و شکل مشتبه شود، ممنوع است و نشریه جدید، بلافاصله

توقیف می‌گردد. مرتکب به مجازات حبس تعزیری از سه ماه تا شش ماه و جزای نقدی از دو میلیون (۲/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم می‌شود.

ماده ۱۵- ماده (۳۴) به شرح زیر اصلاح و یک تبصره به آن الحاق می‌گردد:

ماده ۳۴- رسیدگی به جرایم مطبوعاتی با توجه به قوانین مربوط به صلاحیت ذاتی، می‌تواند در محاکم عمومی یا انقلاب یا سایر مراجع قضایی باشد در هر صورت، علنی بودن حضور هیأت منصفه، الزامی است.

تبصره - به جرایم مطبوعاتی، در محاکم صالح مراکز استان‌ها رسیدگی می‌شود.

ماده ۱۶- ماده (۳۵) و تبصره آن به شرح زیر به قانون الحاق می‌گردد:

ماده ۳۵- تخلف از مقررات این قانون، جرم است و چنانچه در قانون مجازات اسلامی و این قانون برای آن مجازات تعیین نشده باشد، متخلف به یکی از مجازات‌های ذیل محکوم می‌شود:

الف - جزای نقدی از یک میلیون (۱/۰۰۰/۰۰۰) تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال

ب - تعطیل نشریه، حداکثر تا شش ماه در مورد روزنامه‌ها و حداکثر تا یک سال در مورد سایر نشریات.

تبصره - دادگاه می‌تواند در جرائم مطبوعاتی، مجازات حبس و شلاق را به یکی از مجازات‌های ذیل تبدیل نماید:

الف - جزای نقدی از دو میلیون (۲/۰۰۰/۰۰۰) تا پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال

ب - تعطیل نشریه، حداکثر تا شش ماه در مورد روزنامه‌ها و تا یک سال در مورد سایر نشریات

ج - محرومیت از مسؤولیت مطبوعاتی حداکثر تا پنج سال

اصل هفتم

هیأت منصفه مطبوعات

ماده ۱۷- ماده زیر به عنوان ماده (۳۶) الحاق می‌گردد:

ماده ۳۶- انتخاب هیأت منصفه به طریق ذیر خواهد بود:

هر دو سال یک بار در مهر ماه جهت تعیین اعضای هیأت منصفه، در تهران به دعوت وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و با حضور وی و رئیس کل دادگستری استان، رئیس شورای شهر، رئیس سازمان تبلیغات و نماینده شورای سیاستگذاری ائمه جمعه سراسر کشور و در مراکز استان، به دعوت مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و با حضور وی و رئیس کل دادگستری استان، رئیس شورای شهر مرکز استان، رئیس سازمان تبلیغات و امام جمعه مرکز استان یا نماینده وی تشکیل می‌شود. هیأت مذکور در تهران (۲۱) نفر و در سایر استان‌ها (۱۴) نفر از افراد مورد اعتماد

عمومی را از بین گروه‌های مختلف اجتماعی (روحانیون، اساتید دانشگاه، پزشکان، مهندسان، نویسندگان و روزنامه نگاران، وکلای دادگستری، دبیران و آموزگاران، اصناف، کارمندان، کارگران، کشاورزان، هنرمندان و بسیجیان) به عنوان اعضای هیأت منصفه انتخاب می‌کند.

تبصره ۱- چنانچه مفاد موضوع این ماده در مهلت مقرر انجام نشود، رییس کل دادگستری مکلف می‌باشد نسبت به دعوت افراد یاد شده و انتخاب هیأت منصفه، اقدام نماید.

تبصره ۲- چنانچه به هر دلیلی اعضای هیأت منصفه به ده نفر یا کم‌تر برسد هیأت مذکور در این ماده موظف است ظرف یک ماه تشکیل جلسه داده و نسبت به تکمیل اعضای هیأت منصفه اقدام نماید.

ماده ۱۸- متن ذیل به عنوان ماده (۳۷) الحاق می‌گردد:

ماده ۳۷- اعضای هیأت منصفه باید دارای شرایط زیر باشند:

- داشتن حداقل سی سال سن و تأهل

- نداشتن سابقه محکومیت مؤثر کیفری

- اشتغال به امانت، صداقت و حسن شهرت

- صلاحیت علمی و آشنایی با مسایل فرهنگی و مطبوعاتی

ماده ۱۹- متن ذیل به عنوان ماده (۳۸) الحاق می‌گردد:

ماده ۳۸- پس از انتخاب اعضای هیأت منصفه، موضوع ماده (۳۶) این قانون، مراتب توسط رییس کل دادگستری استان به اعضا ابلاغ می‌گردد. دادگاه رسیدگی به جرایم مطبوعاتی، حداقل یک هفته قبل از زمان رسیدگی از تمامی اعضای هیأت منصفه دعوت می‌کند تا در جلسه محاکمه حضور یابند. دادگاه با حضور حداقل هفت نفر از اعضای هیأت منصفه رسمیت خواهد یافت. اکثریت آرای حاضران، ملاک تصمیم‌گیری هیأت منصفه خواهد بود. اعضای هیأت، موظفند تا پایان جلسات دادگاه حضور داشته باشند.

تبصره ۱- تصمیمات هیأت‌های نظارت و منصفه با اکثریت مطلق عده حاضر معتبر خواهد بود.

تبصره ۲- چنانچه در دو جلسه رسیدگی به یک پرونده جرم مطبوعاتی، هیأت منصفه به حد نصاب نرسد، دادگاه در جلسه سوم با حضور افراد حاضر، حداقل به تعداد پنج نفر رسیدگی می‌نماید.

تبصره ۳- دبیرخانه هیأت منصفه با بودجه و امکانات قوه قضاییه تشکیل و زیر نظر هیأت منصفه انجام وظیفه می‌نماید.

ماده ۲۰- متن ذیل و تبصره آن به عنوان ماده (۳۹) الحاق می‌گردد:

ماده ۳۹- هر یک از اعضای هیأت منصفه، چنانچه بدون عذر موجه، در دو جلسه متوالی یا پنج جلسه متناوب دادگاه حاضر نشود یا از شرکت در اتخاذ تصمیم خودداری کند، با حکم دادگاه رسیدگی کننده به دو سال محرومیت از عضویت در هیأت منصفه، محکوم می شود. رأی دادگاه قطعی است.

تبصره - هر یک از اعضای هیأت منصفه به علت وجود عذر موجه نتواند در جلسه دادگاه حضور یابد موظف است دو روز قبل از جلسه دادرسی، عذر خود را کتباً و به طور مستدل به استحضار دادگاه برساند، در غیر این صورت، عذر وی غیر موجه محسوب می گردد، مگر عذرهایی که در این فاصله تا جلسه دادگاه حادث شده باشد. در هر حال، موظف است عذر خود را به دادگاه اعلام نماید.

ماده ۲۱- متن ذیل به عنوان ماده (۴۰) الحاق می گردد:

ماده ۴۰- اعضای هیأت منصفه در ابتدای اولین جلسه حضور خود در دادگاه، به خداوند متعال و در برابر قرآن کریم، سوگند یاد می کنند، بدون در نظر گرفتن گرایش‌های شخصی یا گروهی و با رعایت صداقت، تقوی و امانت داری، در راه احقاق حق و ابطال باطل انجام وظیفه نمایند.

ماده ۲۲- متن ذیل به عنوان ماده (۴۱) الحاق می گردد:

ماده ۴۱- موارد رد اعضای هیأت منصفه، همان است که طبق قانون در مورد رد قضات پیش بینی شده است.

ماده ۲۳- متن ذیل به عنوان ماده (۴۲) الحاق می گردد:

ماده ۴۲- هر گاه در حین دادگاه، اعضای هیأت منصفه سؤالاتی داشته باشند، مراتب را کتباً جهت طرح، تسلیم رییس دادگاه می نمایند.

ماده ۲۴- متن ذیل به عنوان ماده (۴۳) و تبصره های آن الحاق می گردد:

ماده ۴۳- پس از اعلام ختم رسیدگی، بلافاصله اعضای هیأت منصفه به شور پرداخته و نظر کتبی خود را در دو مورد زیر به دادگاه اعلام می دارند:

الف - متهم بزهکار است یا خیر؟

ب - در صورت بزهکاری آیا مستحق تخفیف است یا خیر؟

تبصره ۱- پس از اعلام نظر هیأت منصفه، دادگاه در خصوص مجرمیت یا براءت متهم، اتخاذ تصمیم نموده و طبق قانون، مبادرت به صدور رأی می نماید.

تبصره ۲- در صورتی که تصمیم هیأت منصفه بر بزهکاری باشد، دادگاه می‌تواند پس از رسیدگی رأی بر براءت صادر کند.

تبصره ۳- در صورتی که رأی دادگاه، مبنی بر مجرمیت باشد، رأی صادره طبق مقررات قانونی، قابل تجدید نظر خواهی است. در رسیدگی مرحله تجدید نظر، حضور هیأت منصفه لازم نیست.

تبصره ۴- حضور هیأت منصفه در تحقیقات مقدماتی و صدور قرارهای قانونی لازم نیست.

ماده ۲۵- متن ذیل به عنوان ماده (۴۴) الحاق می گردد:

ماده ۴۴- هر گاه حکم دادگاه مبنی بر برآئت یا محکومیتی باشد که مستلزم سلب حقوق اجتماعی نباشد، از نشریه در صورتی که قبلاً توقیف شده باشد، بی درنگ رفع توقیف خواهد شد و انتشار مجدد آن بلامانع می باشد.

فصل هشتم

موارد متفرقه

ماده ۲۶- متن ذیل به عنوان ماده (۴۵) الحاق می گردد:

ماده ۴۵- نظارت دقیق بر عملکرد جرائد و انجام رسالت مطبوعاتی آنان بر عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این امر مانع از انجام وظیفه مستقیم هیأت نظارت نخواهد بود.

ماده ۲۷- متن ذیل به عنوان ماده (۴۶) الحاق می گردد:

ماده ۴۶- صاحب امتیاز و مدیر مسئول موظفند کلیه کارکنان نشریه را بیمه نمایند تا در صورتی که به حکم دادگاه یا رأی هیأت نظارت یا به هر دلیل دیگر نشریه تعطیل گردد، تا زمان اشتغال مجدد طبق مقررات قانون کار، حقوق قانونی آنان پرداخت شود.

ماده ۲۸- ماده (۳۵) به ماده (۴۷) تغییر یافته و عنوان وزارت ارشاد اسلامی به «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» اصلاح می گردد.

ماده ۲۹- ماده (۳۶) به ماده (۴۸) تغییر و به شرح زیر اصلاح می گردد:

ماده ۴۸- این قانون، از جمله در مورد نحوه تشکیل هیأت نظارت و هیأت منصفه از تاریخ تصویب لازم الاجرا است و نیز از تاریخ تصویب، کلیه قوانین مغایر با آن از جمله لایحه قانونی مطبوعات، مصوب ۱۳۵۸/۵/۲۵ شورای انقلاب لغو می گردد.

تصویب ۱۳۷۹/۱/۳۰ مجلس شورای اسلامی

تأیید ۱۳۷۹/۲/۷ شورای نگهبان

منابع:

- ۱- احمد توکلی، گزارش نویسی در مطبوعات، چاپ اول، مؤسسه ایران، تهران ۱۳۷۶
- ۲- احمد توکلی، ویراستاری و مدیریت اخبار، چاپ اول، مؤسسه ایران، تهران ۱۳۷۸
- ۳- احمد توکلی، مصاحبه خلاق، چاپ دوم، انتشارات گلپان، تهران ۱۳۸۱
- ۴- امید مسعودی، مبانی نگارش رسانه‌ای، چاپ دوم، انتشارات خجسته، تهران ۱۳۸۲
- ۵- حسین قندی و نعیم بدیعی، روزنامه‌نگاری نوین، چاپ سوم، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران ۱۳۸۲
- ۶- مهدی حسینیان‌راد، روش‌های مصاحبه خبری، چاپ دوم، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران ۱۳۷۹
- ۷- یونس شکر خواه، خبر، چاپ چهارم، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۹
- ۸- یونس شکر خواه، خبر نویسی مدرن، چاپ اول، انتشارات خجسته، تهران ۱۳۸۱
- ۹- اکبر نصراللهی، اصول خبرنگاری، چاپ دوم، انتشارات سروش، تهران ۱۳۸۲
- ۱۰- فصلنامه رسانه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۱۱- چارل. اچ. کولی، سازمان اجتماعی
- ۱۲- لیل اسپنسر، خبرنگاری
- ۱۳- و. ج. بلایر، روزنامه نویسی
- ۱۴- س. مولبی، خبریابی
- ۱۵- فرناندترو، خبر
- ۱۶- میچل. وی. چارنلی، خبرنگاری
- ۱۷- کیوی، زبان و نگارش فارسی
- ۱۸- مسلم رضایی، قانون مطبوعات، چاپ اول، انتشارات رایزن، تهران ۱۳۷۹
- ۱۹- آیین‌نامه نشریات دانشجویی مصوب کمیته مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی

ضمیمه

تاریخچه
نشریات دانشجویی



تاریخچه نشریات دانشجویی

آمارهای موجود در زمینه نشریات دانشجویی بسیار قابل توجه هستند، این آمارها رشدی بسیار سریع و جهش‌وار در انتشار نشریات جدید خصوصاً در برهه‌ای از زمان را نشان می‌دهند. بر طبق آمارهای موجود، تعداد این نشریات از نیمه دوم دهه ۷۰ تا سالهای آغازین دهه ۸۰ (۷۶-۸۱) از ۵۰ نشریه به حدود ۳۵۰۰ نشریه رسیده است و این رشد اگرچه از سرعتش کاسته شده و به یک آرامش و ایستایی نسبی رسیده است، اما کم و بیش همچنان ادامه دارد. اگرچه تحقیقات و کتابهای زیادی درخصوص تاریخ‌نگاری و جریان‌شناسی احزاب و گروهها و حتی مطبوعات در سالهای منتهی به پیروزی انقلاب و پس از آن نگاشته شده است اما متأسفانه درخصوص نشریات دانشجویی و تاریخچه آن، پیش و پس از انقلاب کار مدون و سازمان یافته‌ای صورت نگرفته است. البته تاریخچه نشریات دانشجویی، تاریخچه‌ای نسبتاً طولانی است و به سالیان دور و حتی پیش از انقلاب نیز برمی‌گردد که می‌توان آن را در چندین مقطع زمانی دسته‌بندی کرد، اما از آنجایی که در مورد نشریات دانشجویی قبل از ۱۳۵۰ اطلاع چندانی موجود نیست، ما این مقاطع را از این تاریخ به بعد آغاز می‌کنیم.

البته شکی نیست که نشریات دانشجویی حتی پیش از سالهای دهه ۵۰ نیز موجود بوده‌اند خصوصاً نشریات دانشجویی انجمنهای علمی دانشجویان، ولی منظور از نشریات دانشجویی بیشتر نشریاتی است که فقط جنبه علمی نداشته و وارد مسائل و موضوعات گوناگون شده باشند. بنا به گفته مسئولان موزه «تماشاگاه مطبوعات» وابسته به مؤسسه فرهنگی موزه‌های بنیاد مستضعفان، نشریات دانشجویی مربوط به سالهای آغازین دهه ۳۰ شمسی* در این موزه موجود می‌باشد. در این مقال با توجه به تحولات صورت گرفته در عرصه جامعه و دانشگاه و تأثیر آن بر نشریات دانشجویی که در بیش از سه دهه (از سال

* به گفته آقای چراغان مسئول مخزن موزه فوق‌الذکر نام این نشریه دانشجویی «دانشجو»، ارگان

سازمان دانشجویی

دانشگاه تهران شماره ۱۴ و مورخه ۱۳۳۰/۲/۱۲ و به صاحب امتیازی توران جاوید و به قیمت ۲ ریال

می‌باشد.

۱۳۵۰ تا ۱۳۸۴) مورد بررسی قرار گرفته این مقاطع در قالب ۳۴ سال و ۹ مقطع شامل ۵ موج، ۲ دوره رکود و یک دوره توقف بیان می‌گردد.

مقطع اول ۵۷-۵۰ (موج اول)

پس از سالهای آغازین دهه ۵۰ شمسی، با اوج‌گیری حرکت‌های چپ در دانشگاهها خصوصاً مارکسیستهای اسلامی از یک طرف و فراگیرتر شدن امکانات تکثیر، استنسیل، پلی‌کپی و... دانشجویان افکار و عقاید خود را در قالب اوراقی که بی‌شبهت به شب‌نامه نبود به صورت زیرزمینی و مخفیانه یا بعضاً به صورت آشکار ترویج می‌کردند. همچنین باید اضافه کرد که در خارج از کشور هم دانشجویانی که در اتحادیه انجمن‌های اسلامی اروپا و آمریکا عضو بودند و دانشجویان ایرانی مقیم و شاغل به تحصیل در کشورهای هند، لبنان، آلمان و انگلستان از فعالان و پیشگازان تأسیس و انتشار نشریات دانشجویی بودند.

با روی کار آمدن دموکراتها و کارتر در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا (۱۹۷۶ م) ۱۳۵۵ هـ ش و فشار آنها به شاه برای رعایت حقوق بشر و حرکت به سمت دموکراسی، فضای باز سیاسی‌ای بوجود آمد که یکی از عوامل مهم و زمینه‌ساز امواج توفنده انقلاب اسلامی گردید و در این فضا پس از قیام ۱۹ دی مردم قم و تظاهرات سلسله‌وار مترتب بر آن که هریک در پی اربعین شهدای حوادث قبلی صورت می‌گرفت، فضای جامعه و خصوصاً دانشگاهها به شدت سیاسی شده و زمینه لازم برای فعالیت نشریات دانشجویی خودجوش در بین دانشجویان با عقاید و آرای مختلف از انجمنهای اسلامی، و مذهبی‌ها گرفته تا توده‌ای‌ها، مجاهدین خلق، چریکهای فدایی و... فراهم گردید. این دوره که از اواخر سال ۵۶ آغاز و تا بهمن ۵۷ ادامه داشت خود بخش پایانی از مقطع یا مرحله‌ای بود که ما آن را موج اول نشریات دانشجویی می‌نامیم. (۵۷-۵۰).

مقطع دوم ۵۹-۵۷ (موج دوم)

پس از پیروزی انقلاب نیز با توجه به شرایط زمانی پس از انقلاب تمام این گروهها در داخل دانشگاهها فعالیت‌های مختلف، خصوصاً سیاسی داشته و طبیعتاً نشریاتی را نیز منتشر می‌کردند که این روند تا سال ۵۹ و شروع انقلاب فرهنگی و تعطیلی دانشگاهها

ادامه داشت که بیشتر شامل مواضع گوناگون این گروهها و جریانها درخصوص اتفاقات و رخدادهاى مختلف انقلاب بود که احتمالاً نمونه‌های زیادی از این اطلاعیه‌ها یا به اصطلاح نشریات بایستی در آرشیو ارگانهای امنیتی اطلاعاتی آن زمان یا نزد اشخاصی که به جمع‌آوری این امور علاقه و اهتمام داشتند موجود باشد. البته در این دوره با توجه به فضای سیاسی سالهای اولیه پس از پیروزی انقلاب و با توجه به فعالیتهای گسترده جریانها و گروهکهای سیاسی در بیرون دانشگاهها نیز فعالیتهای مطبوعاتی فراوانی صورت می‌گرفت که به نحوی دانشگاه را تحت تأثیر خود قرار داده بود. از این سالها (۵۷ تا ۵۹) می‌توان به عنوان موج دوم نشریات دانشجویی نام برد.

مقطع سوم ۶۱-۵۹ (توقف)

پس از شروع انقلاب فرهنگی و بسته شدن دانشگاهها در بهار ۵۹ به سبب تعطیلی فعالیتهای آموزشی، هیچ اقدام خاصی در زمینه فعالیت نشریات دانشجویی دیده نمی‌شود و قریب به ۲ سال فعالیتهای نشریات دانشجویی کاملاً متوقف گردید. البته با توجه به شرایط پیش آمده پس از تعطیلی دانشگاهها، گروهکهای التقاطی و مارکسیستی که پس از انقلاب فرهنگی از دانشگاهها خارج شده بودند، بیکار ننشسته و فعالیتهای مطبوعاتی خود را ادامه می‌دادند، این نشریات و مطبوعات که اکثراً سراسری بودند، اگرچه بسیاری از دست‌اندرکاران آنها از دانشجویان بودند ولی نمی‌توان آنها را در زمره نشریات دانشجویی قرار داد. نشریاتی همچون نشریه «مجاهد»، ارگان منافقین (سازمان مجاهدین خلق) نشریه «مردم» ارگان حزب توده، نشریه «پیکار» و نشریه «منافق»، نشریه آلترناتیو «مجاهد» که با لوگوی مشابه آن نشریه در مخالفت با مطالب آن از سوی دانشجویان مسلمان و حزب‌اللهی منتشر می‌شد، از این نمونه‌ها هستند.

با افزایش درگیریهای لفظی و فیزیکی بین گروهکها از یک طرف و دانشجویان مسلمان و مردم از طرف دیگر که اوج آن در ۱۴ اسفند ۵۹ در دانشگاه تهران (سالگرد درگذشت مصدق) و بهار ۶۰ بود، در ۳۰ خرداد ۶۰ گروهکها رسماً علیه انقلاب اسلامی و نظام اعلام جنگ مسلحانه کرده و فعالیت‌هایشان از حالت علنی به حالت زیرزمینی تبدیل گشت که در این میان گهگاه نشریات و شب‌نامه‌هایی را منتشر می‌کردند که این روند حتی پس از

بازگشایی دانشگاهها نیز ادامه داشت به هرحال این نشریات را هم نمی‌توان در زمره نشریات دانشجویی محسوب کرد.

مقطع چهارم ۶۷-۶۱ (رکود اول)

پس از بازگشایی دانشگاهها در سال ۶۱ با توجه به شرایط جنگ تحمیلی و از تب و تاب افتادن جریانات اوایل انقلاب فعالیت چندان زیادی در زمینه نشریات دانشجویی دیده نمی‌شود مگر گاهنامه‌ها و اطلاعیه‌هایی که هزار چندگانه‌ی دانشجویان فعال در انجمن‌های اسلامی دانشگاهها، در موضع‌گیری‌های خود در فرصتهای مختلف صادر می‌کردند. یک علت اساسی این ایستایی و رکود، حضور پررنگ، متناوب و دامنه‌دار دانشجویان مسلمان و انقلابی در جبهه‌های جنگ بود که تمامی هم و غم سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خود را مصروف حضور در جبهه کرده و بهنگام حضور در دانشگاه فقط و فقط به فکر گذراندن امتحانات و دروس خود بودند. این دوره که از سال ۶۱ آغاز و تا سال ۶۷ ادامه پیدا می‌کند دوره رکود فعالیت نشریات دانشجویی است.

مقطع پنجم ۷۱-۶۷ (موج سوم)

با پایان یافتن جنگ و تأکید حضرت امام بر ضرورت تشکیل بسیج در دانشگاهها و بازگشت دانشجویانی که در جبهه‌های جنگ حضور داشتند یا پس از جنگ وارد دانشگاهها شدند و اختلافاتی که پس از جنگ و در ادامه درگیریهای سیاسی پیش و پس از انتخابات مجلس سوم در بین جناحهای سیاسی موسوم به چپ و راست در جامعه و به تبع آن در دانشگاهها ایجاد شد جنب و جوش فعالیتهای سیاسی در دانشگاهها منجر به جهت‌گیری و جبهه‌گیری گروهها و تشکلهای مختلف از جمله انجمن اسلامی، دانشجویان بسیجی، جامعه اسلامی (که تازه تأسیس شده بود) و.. شد که هریک از این تشکلهای برای ابراز نظرات و بیان دیدگاههای خود در موضوعات عمدتاً سیاسی آن دوره به سمت تریبونهای آزاد که به نوعی روزنامه‌ای دیواری محسوب می‌شد رفتند. این تریبونها که از آن تشکلهای مختلف دانشجویی خصوصاً انجمن اسلامی بود به نوعی تشکیل‌دهنده موج سوم نشریات دانشجویی گردید (۶۷ تا ۷۱) و کم و بیش نشریات مختلفی در دانشگاههای مهم و سیاسی همچون تهران، امیرکبیر، علم و صنعت، فردوسی، شهید چمران و... منتشر می‌شد که تعداد آنها

چندان زیاد نبود یا در مناسبت‌های مختلف همچون دهه فجر، رحلت امام و... یا اردوهای مختلفی که از سوی تشکلهای دانشجویی برپا می‌گردید دانشجویان با صدور اعلامیه و بیانیه و یا انتشار نشریات نسبتاً ابتدایی به بیان دیدگاهها و مواضع خود می‌پرداختند که نمونه‌هایی از این دست هم‌اکنون نیز در آرشیو اداره نشریات دانشجویی نهاد موجود است. البته در سالهای اولیه موج سوم صفبندی جریان‌ات سیاسی و بالتبع نشریات آنها به گونه‌ای بود که انجمن اسلامی و بسیج یا دانشجویان بسیجی برخلاف آنچه که در سالهای بعد رخ داد همگرایی بیشتری داشتند و حتی می‌توان گفت در بسیاری موارد همسو و هم‌جهت بودند. البته باید خاطر نشان کرد که در اطلاق موج سوم بر نشریات این مقطع زمانی کمی مسامحه وجود دارد چرا که این اطلاق بیش از آنکه معلول موج و جریان گسترده‌ای باشد، بیشتر در قیاس با رکود پیش از آن در سالهای ۶۱ تا ۶۷ می‌باشد که قبلاً ذکر آن گذشت.

مقطع ششم ۷۵-۷۱ (رکود دوم)

با اتمام انتخابات مجلس چهارم در سال ۷۱ و شکست جناح به اصطلاح چپ در انتخابات و یکدست شدن نسبی قوه مقننه و مجریه و کناره‌گیری جناح چپ از فعالیت‌های آشکار سیاسی رکود آشکاری در زمینه فعالیت‌های سیاسی در دانشگاهها پدیدار شد که نزدیک به نیم دهه ادامه داشت (۷۵-۷۱) و طبعاً در این دوره نشریات دانشجویی هم دچار رکود و خمودگی گردید و غیر از فعالیت‌های نیم‌بند تشکلهای رسمی و نام و نشاندار فعالیت چندانی از سوی سایر دانشجویان در این خصوص دیده نمی‌شد. البته در این مقطع هم همچون مقطع گذشته تریبونها یا تابلوهای آزاد متعلق به تشکلهای نقشی اساسی در اطلاع‌رسانی و ارائه تحلیل‌های گوناگون به دانشجویان داشتند و خلأ نشریات دانشجویی را تا حدی پر می‌کردند. این تشکلهای در این سالها فعالیت گسترده‌ای نداشتند و سیاست‌گریزی و رکودسیاسی دانشگاهها در این سالها به گونه‌ای بود که رهبر فرزانه انقلاب بارها در بیانات خود تصریحاً یا تلویحاً به این امر منتقد بوده و دانشجویان را همواره به داشتن بینش سیاسی دعوت می‌کردند از جمله اینکه: «دانشجو باید سیاسی شود و خدا لعنت کند دستهایی را که نمی‌گذارند دانشجویان سیاسی باشند.» البته باید اعتراف کرد در این سالها نشریات موفق‌تری در عرصه آموزش عالی پدیدار شدند که گرچه تک حرفه‌ای بیش نبودند ولی تا حد نشریات نیم حرفه‌ای و حتی حرفه‌ای خود را بالا کشیدند. نشریاتی

همچون «نقطه سرخط» دانشگاه صنعتی شریف یا بعضی از نشریات همچون نشریه «مجال» دانشگاه صنعتی امیرکبیر از این قبیل‌اند. این رکود پس از توقف نشریات دانشجویی در سالهای ۵۹ تا ۶۱ و رکود سالهای ۶۱ تا ۶۷ دومین رکود نشریات دانشجویی محسوب می‌شود.

مقطع هفتم ۷۵-۷۸ (موج چهارم)

با رسیدن به ماههای پایانی سال ۷۵ و شروع تب و تاب انتخاباتی هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بار دیگر دانشگاهها مرکز ثقل تحولات سیاسی اجتماعی گردید و فعالیتهای سیاسی در دفاع از دو کاندیدای مطرح ریاست جمهوری در آن سالها فضای دانشگاهها را شدیداً سیاسی کرد و طبعاً مولود این فعل و انفعالات سیاسی نشریات یا شبه نشریاتی بودند که از سوی تشکلهای مختلف دانشجویی یا از سوی دانشجویان مختلف به سرعت منتشر می‌شدند و نقش مهمی در تحلیل اطلاع‌رسانی و حتی تخریب در آن برهه زمانی چندماهه داشتند. این دوره را شاید بتوان موج چهارم نشریات دانشجویی یا طوفان پس از آرامش نامید. با پیروزی اصلاح‌طلبان در انتخابات ریاست جمهوری و پس از آن انتخابات مجلس و شوراها و تعدد کثیر نشریات سراسری و مطبوعات و هجوم نیروهای فکری چپ‌گرا به روزنامه‌های مختلف که هرروزه با عناوین و نامهای گوناگون مجوز انتشار می‌گرفتند فضای جامعه به شدت سیاسی یا به تعبیر بهتر سیاست‌زده گردید. از خصوصیات نشریات این دوره (۷۵-۷۸) این است که نشریات دانشجویی این دوره عمدتاً وابسته به مدیریتهای فرهنگی دانشگاهها، ارگانها یا تشکلهای قبیل بسیج، انجمن اسلامی، جامعه اسلامی و... بودند و نشریه مستقل چندان دیده نمی‌شود. یکی دیگر از خصوصیات این دوره این بود که نشریات دانشجویی در این سالها همواره در محیطی تنش‌زا و درگیر قرار داشتند که این محیط در بسیاری از مواقع نشریات دانشجویی را با بحرانها و مشکلات روبرو می‌کرد که بسیاری از این درگیریها و تنش‌ها به جهت سیاست‌زدگی افراطی برخی نشریات دانشجویی و وابستگی آنها به جریانات خارج از دانشگاه برمی‌گشت. به عنوان مثال درج مطلبی در نشریه «موج» دانشگاه امیرکبیر که توهین به مقدسات بود و انعکاس آن در یکی از روزنامه‌های سراسری کثیرالانتشار به یکباره موجی از خشم و انزجار را در سراسر کشور برانگیخت و اذهان جامعه را بیشتر از گذشته معطوف دانشگاهها و نشریات دانشجویی کرد

و تأثیرگذاری قابل توجه نشریات دانشگاهی را در فضای جامعه آشکار ساخت. این نشریه تیراژ محدودی در حد ۱۵۰ نسخه، آن هم قبل از آغاز ترم تحصیلی دانشگاه داشت ولی فضای ملتهب آن سالها و انعکاس آن در نشریات سراسری و اظهارنظر بعضی از مسئولین امنیتی مبنی بر اجرای مجازات نویسندگان این نشریه که بعدها مورد اعتراض رهبر فرزانه انقلاب نیز قرار گرفت کافی بود تا نشریه موج به نوعی خاتمه دهنده موج چهارم نشریات دانشجویی باشد البته نمره‌ای که از مسئله نشریه موج پدیدار گشت تسریع در تصویب و ابلاغ دستورالعمل نشریات دانشگاهی بود که تا قبل از آن تبصره‌ای در ذیل آیین‌نامه تشکلهای اسلامی دانشگاهی محسوب می‌شد و اصولاً دست‌اندرکاران نشریات دانشگاهی و دانشجویی تا پیش از آن با خلاهای قانونی برای فعالیت مواجه بودند.

مقطع هشتم ۷۸-۸۱ (موج چهارم یا سونامی نشریات دانشجویی)

اگرچه موج چهارم نشریات دانشجویی به حیات خود کم و بیش ادامه می‌داد اما تعطیلی بسیاری از مطبوعات که پس از ۱۸ تیر ۷۸ و حوادث کوی دانشگاه و بیانات رهبر تیزبین و دوراندیش انقلاب مبنی بر پایگاه دشمن شدن بسیاری از مطبوعات که در همان زمان منجر به تعطیلی تعدادی از مطبوعات گردید موجب شد تا بسیاری از این نشریات که نقش زبان احزاب و جریان‌های سیاسی را داشتند مخاطب خود را در میان دانشجویان جستجو کرده و بسیاری از نویسندگان این روزنامه‌ها نیز که از دانشگاهها برخاسته بودند به سمت نشریات دانشجویی هجوم آوردند و به یکباره تعداد زیادی نشریه دانشجویی که دهها برابر گذشته بود در عرصه دانشگاهها موجودیت پیدا کرد و بدین ترتیب موج پنجم نشریات دانشجویی پدیدار شد. (۷۸-۸۱) البته در این میان نباید از نقش زمینه‌ساز موج چهارم نشریات دانشجویی (۷۵-۷۸) در موج پنجم غافل بود اما این موج پنجم نشریات دانشجویی که پر دامنه‌ترین و مرتفع‌ترین این امواج در چند دهه اخیر بود و شاید بتوان از آن تعبیر به سونامی نشریات دانشجویی کرد یکباره به جریان افتاده و نشریات دانشجویی گوناگون با عقاید، سلائق و دیدگاههای مختلف در دانشگاههای مختلف از دولتی و آزاد و پیام نور گرفته تا تهران و اصفهان و سیستان و بلوچستان و از روزنامه و هفته‌نامه و ۲ هفته‌نامه گرفته تا ماهنامه و دوماهنامه و فصل‌نامه و گاهنامه، در دانشگاههای مختلف سربرآوردند به گونه‌ای که تعداد این نشریات نزدیک به ۴۰۰۰ عنوان رسید. البته در این

میان نباید از نقش مهم و تأثیرگذار تصویب آئین‌نامه نشریات دانشجویی در شورای عالی انقلاب فرهنگی - که قبلاً ذکر آن رفت - غافل شد زیرا مطابق آیین‌نامه نشریات دانشگاهی افراد حقیقی‌ای که وابستگی به تشکلهای و نهادهای دانشگاهی نداشتند نیز می‌توانستند درخواست مجوز نشریه بدهند که این ویژگی سبب شد تا دانشجویان بسیاری که داخل در تشکلهای و جریان‌های دانشگاهی نبودند بصورت مستقل وارد عرصه نشریات دانشجویی شوند. همچنین تشکلهای غیرسیاسی هنری، ادبی و صنفی نیز وارد عرصه نشریات دانشگاهی شدند و این مهم سبب شد عرصه نشریات دانشجویی تا حدی (البته نه چندان زیاد) از پرداختن صرف به مسائل سیاسی دور شود.

گرچه در همین برهه زمانی هم با توجه به شرایط سیاسی اجتماعی دانشگاهها و جامعه و مسائل پیش آمده در هنگام حادثه کوی دانشگاه و پس از آن حجم زیادی از مطالب نشریات دانشجویی اختصاص به مسائل سیاسی داشت و شاید بتوان این سالها را سالهای اوج سیاسی کاری و سیاسی بازی یا به عبارت بهتر، به سیاست پرداختن نشریات دانشجویی در طول مقاطع یاد شده دانست. ولی نشریات متعددی هم در این سالها پدیدار شدند که برخلاف گذشته در ظاهر به مسائل سیاسی توجه چندانی نداشتند.

با توجه به فضای به وجود آمده در این سالها و سیاست تساهل و تسامح فرهنگی دولت اصلاحات و وزارت علوم این نشریات با اینکه بیشتر در عرصه مسائل فرهنگی - اجتماعی قلم می‌زدند و اکثراً در ظاهر از پرداختن به مسائل سیاسی اجتناب می‌کردند ولی در باطن به تحکیم مبانی سکولاریسم در عرصه‌های اجتماعی فرهنگی، سیاسی، مذهبی و... می‌پرداختند. از دیگر خصوصیات این دوره برگزاری جشنواره‌های متعدد نشریات دانشجویی بود که اولین دوره آن در اواخر موج چهارم یعنی ۱۳۷۷ برگزار گردید و نهاد از بنیانگذاران و برگزارکنندگان اصلی آن بود که در سالهای بعد نیز این جشنواره تقریباً هرساله تکرار می‌گردید (۷۸-۸۰) همچنین جشنواره‌های منطقه‌ای خانه نشریات وزارت علوم که تا سال ۸۱ یک دوره کامل در سراسر کشور برگزار گردید همایش مدیران مسئول نشریات دانشجویی وزارت علوم و همایش سردبیران نشریات نهاد همگی از عواملی بودند که در مقطع یاد شده نقشی مهم در ترغیب دانشجویان به تأسیس نشریات جدید و نیز ارتقاء کیفی نشریات منتشر شده داشتند.

یکی دیگر از خصوصیات این مقطع شروع کلاسهای آموزش روزنامه‌نگاری و خبرنگاری برای اولین بار از سوی اداره نشریات نهاد رهبری در دانشگاهها و به دنبال آن پیروی دستگاههای مختلف فعال در دانشگاهها از قبیل وزارت علوم، وزارت بهداشت، بسیج دانشجویی، انجمن اسلامی و... در برگزاری این کلاسها بود که نقش مهمی در ارتقای کیفی فعالیتهای مطبوعاتی دانشجویان در دانشگاه و پس از فارغ‌التحصیلی ایفا کرد که شرکت در این کلاسها و استفاده از آموزشهای ارائه شده، در نشریات دانشجویی که به نوعی کارگاه عملی برای دانشجویان محسوب می‌شد و اشتغال به کار دانشجویان در نشریات سراسری پس از فارغ‌التحصیلی نیز از عواملی بود که در این مقطع و حتی مقطع پس از آن در اقبال دانشجویان به تأسیس نشریات دانشجویی یا فعالیت در آنها تأثیر زیادی داشت.

به طور کلی در این سالها (۷۵-۷۸) نشریات دانشجویی بیشتر در حال و هوا و فضای تأسیس بودند و مطابق آمار ارائه شده توسط خانه نشریات وزارت علوم، تعداد نشریات دانشجویی این وزارتخانه از ۷۰۰ عنوان در سال ۷۸ به ۲۰۰۰ عنوان در سال ۸۱ رسید (رشدی در حدود ۳۰۰ درصد) درحالیکه در همین وزارتخانه عناوین نشریات در سال ۷۶ و ماقبل آن کمتر از ۱۰۰ عنوان بوده است.

مقطع نهم ۸۴-۸۱ (تثبیت و تبدیل از سیلاب خروشان به رودخانه آرام)

پس از پایان موج پنجم نشریات دانشجویی (۷۸-۸۱) وارد مقطع کنونی می‌شویم (۸۱-۸۴) که هنوز هم ادامه دارد. از خصوصیات این مقطع که پس از موج پنجم ایجاد شد این است که اگر سالهای ۷۸-۸۱ را مقطع تأسیس نشریات دانشجویی بدانیم سالهای ۸۱ به بعد مقطع تثبیت و ارتقاء کیفی نشریات دانشجویی محسوب می‌شود به بیان بهتر پس از اینکه در سالهای ۷۵ تا ۸۱ (موج چهارم و پنجم) نشریات دانشجویی زیادی مجوز انتشار گرفتند که فقط می‌خواستند منتشر شده و حرف خود را بزنند. در اواخر این دوره (۸۱-۷۵) بود که نشریات دانشجویی کم‌کم به سمت افزایش کیفیت و تغییر دید به سمت نگاه حرفه‌ای پیش رفتند که ثمره این تغییر نگرش در سالهای اخیر کاملاً مشهود است. خصوصاً که بسیاری از دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی پس از فارغ‌التحصیلی جذب بازار کار و روزنامه‌های سراسری شدند که این امر نیز در ترغیب نشریات دانشجویی و دانشجویان به این نگرش بسیار تأثیرگذار بود. همچنین حرکت نشریات دانشجویی به سمت

ایجاد تشکل‌های صنفی از قبیل انجمن صنفی نشریات دانشجویی و مجمع صنفی نشریات دانشجویی که در سالهای پایانی دهه ۸۰ تأسیس شدند همگی حکایت از غلبه نگرش حرفه‌ای در نشریات دانشجویی داشتند.

از خصوصیات مهم مقطع اخیر روی آوردن دانشجویان به سمت و سوی نشریات الکترونیک و وبلاگ‌نویسی* بود که با توسعه صنعت IT و شبکه اینترنت روز به روز در حال گسترش است.

* وبلاگ محیطی است که به کاربر اینترنت اجازه‌ی انتشار عقاید، افکار، روحیات و نظراتش را می‌دهد. تاریخچه‌ی وبلاگ و وبلاگ‌نویسی در ایران به ۱۶ شهریورماه ۱۳۸۰ بازمی‌گردد. روزی که سلمان جریری، اولین وبلاگ فارسی را بر روی اینترنت راه‌اندازی کرد. سلمان در سکوت و آرامش، یادداشت‌های خود را بر روی وبلاگش منتشر می‌کرد تا اینکه حسین درخشان، در مهرماه ۱۳۸۰ در مقاله‌ای که در روزنامه حیات‌نو، به چاپ رسید، به معرفی سیستم رایگان وبلاگ‌نویسی Blogger پرداخت. در آن هنگام حسین درخشان در وبلاگ شخصی خود به نام خودبزرگ‌بینی به انتشار افکارش بر روی اینترنت می‌پرداخت. مقاله‌ی درخشان نقطه‌ی عطفی در تاریخ وبلاگ‌نویسی ایران به حساب می‌آید چرا که پس از انتشار این مقاله عده‌ی زیادی از کاربران اینترنت در این راه قدم نهادند و هریک برای خود وبلاگی ایجاد کردند. کارکردن در محیطی که به کاربر امکان می‌دهد تا مطالبش را همچون یک روزنامه‌نگار بنویسد و آنرا برای خوانندگان خود در سرتاسر دنیا انتشار دهد، چنان جذاب و دلچسب بود که به سرعت بر تعداد بلاگرهای ایرانی افزوده شد.

نیما افشارنادری، امیررضا قوی‌دل و رضا قاسمی به ترتیب پس از سلمان جریری و حسین درخشان، از قدیمی‌ترین بلاگرهای دنیای وبلاگشهر در ایران به حساب می‌آیند. شهرزاد عالم‌فتحی نیز اولین زن وبلاگ‌نویس ایرانی بود که توانست یادداشت‌های خود را بر روی اینترنت قرار دهد.

استقبال همگانی و عمومیت یافتن داشتن وبلاگ، نیاز به یک سیستم مدیریت محتوای کاملاً فارسی را آشکارتر کرد. خلیقی، فولادی و قانون سه جوان پرنرژی و پرائگیزه‌ای بودند که توانستند اولین سیستم رایگان و کاملاً فارسی Persianblog.com را برای وبلاگ‌نویسان ایرانی ایجاد کنند. این کار در اوایل سال ۸۱ آغاز شد و در ۲۳ خرداد همان سال برای استفاده عموم کاربران، بر روی اینترنت قرار گرفت و تا سال ۸۳ پس از گذشت حدود ۳ سال از راه‌اندازی این سرویس بیش از ۵/۱ میلیون نفر به عضویت این سایت درآمده بودند. و پس از آن نیز چندین سرور وبلاگ‌نویسی مانند blogfa، blogsky و... بر روی اینترنت قرار گرفت. همچنین به گفته بعضی صاحبزنان (مهندس سیدعلیرضا حسینی) زبان فارسی دومین زبان بین‌المللی وبلاگ‌نویسی است.

استقبال عمومی از سیستم‌های مدیریت محتوا، تنها به ایران خلاصه نمی‌شود. بلکه اکنون در سراسر جهان نیز میلیون‌ها کاربر اینترنت با پدیده‌ی وبلاگ آشنا هستند و به نوعی وبلاگ‌نویسی را جزء لاینفک کار با اینترنت می‌دانند.

منبع:

(www.ghoghnoosan.com/archives/cat-uoouou.html)

(www.tebyan.net/۱۳۸۴/۸/۴)

با توجه به اقبالی که دانشجویان از پدیده وبلاگ‌نویسی داشتند در ابتدا تصور می‌شد که زنگ‌های خطر برای نشریات دانشجویی به صدا درآمده‌اند، اما پس از مدتی نه چندان طولانی و از تب و تاب افتادن استقبال اولیه دانشجویان از وبلاگ‌نویسی در سالهای ۸۱ تا ۸۳ و با توجه به اینکه برخلاف وبلاگ که مخاطب بسیار گسترده‌ای دارد در نشریات دانشجویی گروه هدف و مخاطب معلوم است. نشریات دانشجویی به حرکت آرام و تثبیتی خود که پس از اتمام موج پنجم آغاز شده بود ادامه دادند. از اتفاقات مهم این مقطع زمانی کم شدن یک عضو از دو عضو دانشجوی کمیته مرکزی ناظر بر نشریات دانشجویی در مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی بود که مورد اعتراض گسترده فعالان و دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی قرار گرفت و حتی در پنجمین همایش مدیران مسئول نشریات وزارت علوم جوّ همایش را به شدت بحران‌زده و تنش‌زا کرد. همچنین به هم خوردن مراسم اختتامیه جشنواره ششم نشریات دانشجویی در مشهد و اغتشاش بعضی از دانشجویان در آن که مصوبه فوق‌الذکر در آن بی‌تأثیر نبود هم از اتفاقات مهم دوره اخیر می‌باشد. یک رخداد مهم دیگر این مقطع که تأثیر بسزایی در نشریات دانشجویی داشت، برگزاری نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بود که نشریات دانشجویی با اینکه به دلایل گوناگون دیر هنگام وارد عرصه تحلیل و اطلاع‌رسانی در خصوص این انتخابات شدند اما در همان ۱/۵ ماه باقیمانده به انتخابات، نشریات مختلف با انتشار ویژه‌نامه‌های گوناگون در معرفی یا تخریب نامزدهای انتخابات نقش‌آفرینی اساسی در گرم کردن تنور این انتخابات داشتند.

فرم پیشهادی مؤلف برای ارزیابی نشریات علمی دانشجویی

نام نشریه:	زمینه انتشار:	دوره انتشار:	مدیر مسئول:
سردبیر:	استان:	دانشگاه:	کد نشریه:

ردیف	شاخص‌ها و امتیاز	عناوین	امتیاز داور	امتیاز	توضیحات
۱	اصول محتوایی	سر مقاله یا یادداشت	۳		
		تعداد مقالات علمی (هر مقاله یک امتیاز حداکثر ۱۰)	۱۰		
		سطح علمی، اعتبار منابع و غنای مقالات و محتوای نشریه	۱۰		
		جدید و به روز بودن و تولیدی بودن موضوعات و محتوا	۸		
		ارتباط علمی مقالات با فضای دانشجویی و مخاطبان	۷		
		پیوستگی و ارتباط مقالات با هم و زمینه نشریه	۴		
		رعایت اصول و قواعد مقاله نویسی و ذکر نام نویسنده	۴		
		استفاده از منابع مختلف و معتبر و نظرات کارشناسان	۴		
		معرفی کتب، مراکز، منابع و شخصیت های علمی و ...	۳		
		مصاحبه، خبر، گزارش و ... علمی معتبر و جدید	۴		
		نقد علمی مشکلات و ارائه راهکار مناسب	۴		
۲	اصول روزنامه نگاری	ارتباط دانشگاه و صنعت و فن آوری روز	۴		
		رعایت اصول روزنامه نگاری در خبر، گزارش، مصاحبه و ...	۳		
		استفاده از لید، میان تیتر و سو تیتر مناسب	۲		
۳	اصول گرافیکی	تیتر نویسی و میزان موفقیت در جذب مخاطب	۲		
		انتخاب اسم و طرح لگوی مناسب و شناسنامه زیر لگو	۲		
		صفحه فهرست و شناسنامه و زیبایی گرافیکی آن	۲		
		طراحی مناسب و معنادار جلد و ارتباط با محتوا	۴		
		صفحه آرایه و ستون بندی مناسب	۵		
		استفاده از نوع و اندازه قلم مناسب و ثبات قلم	۲		
		استفاده از طرح و عکس مناسب و تناسب آنها با محتوا	۲		
۴	سایر موارد	استفاده از اصول گرافیکی، سرصفحه و کلیشه	۲		
		رعایت نکات ویرایشی، نشانه گذاری و دستور زبان فارسی	۴		
		پذیرش آگهی تبلیغاتی مرتبط	۱		
		کیفیت چاپ یا تکثیر نشریه	۱		
		دوره انتشار، فرم اشتراک، درج قیمت و فروش نشریه	۱		
		خلاقیت ویژه متناسب با نشریه علمی	۲		

نام و نام خانوادگی داور _____

نظرات داور _____

تاریخ و امضا _____

امتیاز

فرم پیشنهادی مؤلف برای ارزیابی نشریات دانشجویی غیر علمی

نام نشریه:	زمینه انتشار:	دوره انتشار:	مدیر مسؤل:
سر دبیر:	استان:	دانشگاه:	کد نشریه:

ردیف	ساختار کلی نشریه	شاخص‌ها	امتیاز	عناوین	امتیاز	اعتبار داوری	توضیحات
۱	اصول گرافیکی و شکل ظاهری	طرح روی جلد	۱۵	انتخاب اسم مناسب	۲		
				طرح لگو و ثابت بودن طرح و جای آن	۳		
				درج شناسنامه زیر لگو، شمارگان و قیمت	۲		
				تناسب طرح روی جلد و محتوا	۳		
				به کار بردن تیتراهای مهم روی جلد	۲		
		خلایقت در طراحی جلد و استفاده مناسب از رنگ‌ها	۳				
		صفحه آرایی	۲۳	درج شناسنامه نشریه در صفحه اول	۲		
				فهرست مطالب و درج صفحه آنها	۲		
				ستون بندی مناسب و زیبا	۳		
				تناسب نوع و اندازه قلم و ثبات قلم در محتوا	۲		
				طراحی و چیدمان مناسب تیترا و اجزای تیترا	۲		
				استفاده از تصویر و طرح‌های مناسب	۲		
				تناسب تعداد و اندازه عکس یا میران محتوا در صفحه	۲		
				استفاده مناسب از فضای خالی	۲		
				استفاده مناسب از ترم و کادر	۲		
استفاده از سرصفحه و کتیبه	۲						
خلایقت و ابتکار ویژه گرافیکی و هنری	۲						
۲	اصول محتوایی و مطبوعاتی	قالب‌های مطبوعاتی	۲۴	سر مقاله و یادداشت	۳		
				مقاله	۳		
				اخبار	۲		
				گزارش	۳		
				مصاحبه	۳		
				نقد	۲		
				دیدگاه خوانندگان	۱		
				شعر	۱		
				کارگاتور	۱		
				معرفی	۱		
				استفاده از سایر قالب‌های طنز، ترجمه، پند، قطعه ادبی	۴		
				داستان، مشاوره، مسایله، پاسخ به سوالات، جدول، خاطره	۴		
				احادیث و ...			
				رعایت اصول و قواعد خبر نویسی، گزارش نویسی	۷		
				مقاله نویسی، مصاحبه و ذکر منابع	۲		
تیترا برداری مناسب و میزان موفقیت در جذب مخاطب	۲						
استفاده از لید، میان تیترا و سو تیترا	۲						
از تیبات موضوعات یا مخاطبان	۳						
جدید و به روز بودن محتوا	۲						
نقد سالم و سازنده	۲						
تنوع و استفاده مناسب از قالب‌ها در نشریه	۲						
غنا و سطح علمی محتوا	۳						
ساده و روان نویسی متن‌ها	۲						
نشانه گذاری و درست نویسی	۲						
رعایت دستور زبان و آیین نگارش فارسی	۲						
۳	سایر موارد	اصول فنی	۶	کیفیت چاپ یا تکثیر و صحافی	۲		
				دوره استمرار انتشار نشریه	۲		
				خلایقت و ابتکار ویژه	۲		
۳	سایر موارد	خودکفایی	۳	فرم اشتراک و پذیرش آگهی مرتب	۲		
				شمارگان	۱		

نام و نام خانوادگی داور

نظرات داور

تاریخ و امضا

امتیاز