

طرح نشریه دخترانه - ۱۳۹۱/۱/۲۲

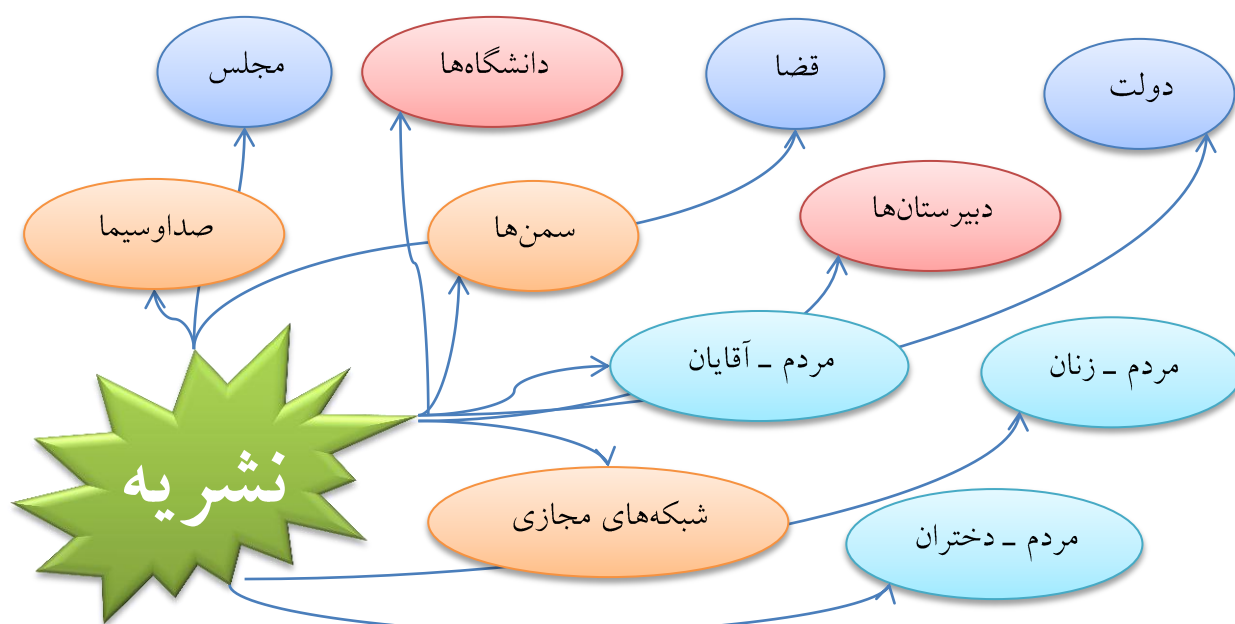
نگاه کلان به جای نگاه خرد

اگر برای طراحی نشریه، تک تک موضوعاتی که با آن‌ها مواجه هستیم را فهرست نماییم، تا ضرورت‌یابی کنیم و نیازسنجی، عملاً مقهور حجم زیاد مسائل و موضوعات مطروحه می‌شویم و از یک سو نمی‌توانیم اولویت‌های بین موضوعات را درک نماییم و از سوی دیگر با حادث شدن هر موضوع جدیدی تمام فعالیت‌های قبلی زیر سؤال می‌رود، زیرا به نظر می‌رسد اولویت‌ها مراعات نشده و شاید باید تمام توان بر روی این موضوع نهاده شود.

لذا به نظر می‌رسد نخستین چیزی که نیاز است، طراحی یک معماری هوشمند، قابل گسترش و پویا برای نهادی است که قرار است به مشکلات زنان در قالب یک رسانه پردازد و هم‌چنین ارگان رسمی مرکز زنان محسوب گردد.

مخاطب‌شناسی و روابط بیرونی

نشریه قطعاً با گروه‌های ذی‌نفوذ و مقتدری در جامعه مرتبط خواهد بود، یا مرتبط باید باشد. گروه‌های تأثیرگذار بر وضعیت زنان. ابتدا باید این گروه‌ها فهرست شوند. شاید لازم باشد نشریه برای هر گروه نماینده یا مسئول ویژه‌ای تعیین نماید که به صورت پیوسته ارتباط را حفظ کنند و نشریه را از وضعیت در جریان مطلع نگهدارند.



این نمای بیرونی نشریه است. تمامی اقشاری از جامعه که نشریه می‌تواند از آنان اطلاعات وضعیت بگیرد و برای آن‌ها نسخه بپیچد و اطلاعات بدان‌ها ارائه نماید.

این یک نمای اولیه و تمثیلی است، البته که پس از مطالعات بیشتر این نمودار در مقیاسی وسیع‌تر و با دقت بیشتری تکمیل خواهد شد. برای این منظور حتماً تدابیری باید اندیشیده شود که در حین فعالیت نشریه، گروه‌های هدف بیشتری شناسایی شده و تحت پوشش قرار بگیرند.

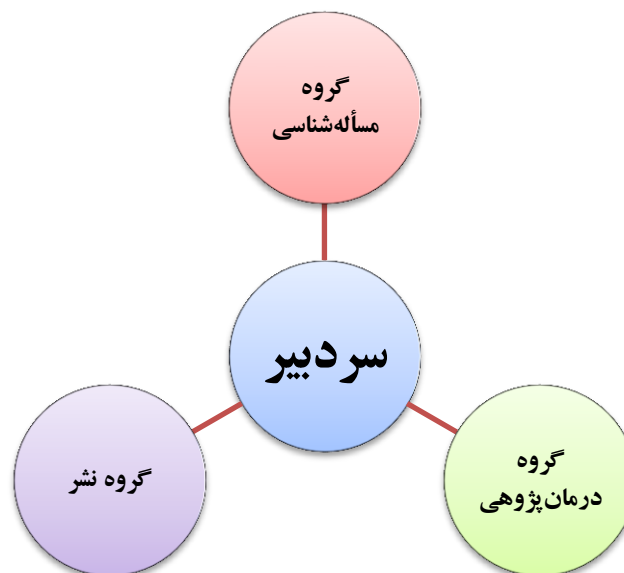
ساختار اداری نشریه و روابط درونی

برای پاسخگویی به نیازهای حجم وسیعی از مخاطبان در گروه‌های مختلف، حتماً سازوکاری متناسب درون نشریه لازم است. تشکیلات باید به گونه‌ای طراحی شود که پویایی لازم جهت شناسایی به موقع مسائل و مشکلات جدید و تازه روی داده را داشته باشد، سریعاً راه‌حل‌ها را بیابد و بتواند در کم‌ترین زمان و به بهترین شیوه در اختیار مخاطبین تأثیرگذار قرار دهد.

در حقیقت با سه گام مواجه هستیم:



پس در نخستین نگاه، ما سه واحد اصلی در نشریه نیاز داریم که در تعامل با یکدیگر فعالیت می‌نمایند:



گروه نشر، معمولاً همان هیئت تحریریه مرسوم است، البته با وظایفی فراتر، چون انتخاب قالب نشر را نیز بر عهده دارد.

رسانه؛ نه پژوهشگاه

قطعاً نشریه یک پژوهشگاه نیست تا به تولید راه‌حل برای مشکلات اجتماعی دختران و بانوان جامعه ایران بپردازد. تنها یک رسانه است. اما رسانه‌ای که وظیفه دارد به عنوان یک واسطه نتایج و دستاوردهای پژوهشگران و اندیشمندان را در اختیار نهادهای تأثیرگذار اجتماعی قرار دهد و البته از سوی دیگر نیازهای اجتماعی را نیز به دست پژوهشگران برساند.

چنین وساطتی را رسانه بر عهده دارد:



با این نگاه، هیچ نهاد پژوهشی در نشریه نخواهیم داشت، اصلاً نشریه نباید به دنبال تولید راه حل باشد. تنها باید از طریق گفتارپژوهی و مصاحبه با نخبگان، دیدگاه‌های راه‌حلی را جمع‌آوری و ارائه نماید.

عدم محدودیت در قالب‌ها

گروه نشر موظف است هر مطلبی را که مفید تشخیص داده شده برای گروه هدف، از سوی گروهی که راه حل را یافته و ارائه نموده، در قالبی مناسب تدوین کند. اگر مخاطب مجلس شورای اسلامی است و آنان باید قانونی را تصویب نمایند، خروجی در قالب یک آئین‌نامه یا مصوبه در خواهد آمد و البته برای آماده‌سازی فرهنگ جامعه، ممکن است تعدادی مصاحبه یا گزارش نیز تنظیم شود. حتی شاید نیاز به تعدادی بروشور کوچک و قابل توزیع نیز درآید.

نشریه محدود به روال جاری و عادی نباید باشد. گاهی لازم است یک نظرسنجی به صورت اینترنتی اجرا شود، نشریه به نشانی آن در نسخه مکتوب خود ارجاع خواهد داد. شاید تیزری تلویزیونی نیاز شد. شاید لازم باشد گزارشی با رادیو هماهنگ شود، تولید گردد و پخش شود. همه روش‌های رسانه‌ای باید فضایی باز برای انتخاب داشته باشند. چیزی که مهم است در این میانه تناسب رسانه با مخاطب است. هر اطلاع گروه خاصی از مخاطبین را نشانه می‌گیرد، پس باید رسانه متناسب با آن مخاطب، ابزار ارتباط قرار گیرد.

گروه مسأله‌شناسی

شاید مهم‌ترین کار در این میانه همان مسأله‌شناسی و اصطلاح‌یابی و یا به عبارتی، در تشبیه با فعالیت‌های دایرةالمعارفی، همان مدخل‌گزینی باشد. یک گروه باید پیوسته در حال شناسایی موضوعاتی باشد که به عنوان چالش، جامعه زنان با آن مواجه است. این مداخل و موضوعات طبقه‌بندی می‌شوند و این طبقه‌بندی با یافتن هر موضوع جدیدی پیوسته به روز می‌شود.

سایر همکاران نشریه دستی در گروه راه‌حلیابی دارند، درمان‌پژوهی. هر خبری، گزارشی، مصاحبه‌ای و... خلاصه هر تولیدی در نشریه، ضرورتاً در یک یا چند موضوع از درخت موضوعات نشریه قرار خواهد گرفت. اگر قرار نگیرد، یا موضوعات ناقص است و باید توسعه یابد، یا آن مطلب هیچ ارزشی برای نشریه ندارد و باید دور ریخته شود.

میزان ارزشمندی هر مطلب نیز بر پایه جایگاه موضوع آن در درخت موضوعات است. طبقه‌بندی مسائل زنان قطعاً اولویت‌هایی را ایجاد خواهد کرد. این اولویت‌ها در ارزش‌گذاری مطالب تأثیر دارد و البته می‌تواند در هزینه پرداختی به افراد نیز تأثیر داده شود.

چنین طبقه‌بندی‌هایی در پاره‌ای مراکز پژوهشی کشور وجود دارد. باید در بخشی از کار، این نسخه‌ها جمع‌آوری گردد، تا سرعت و دقت دستیابی به اولویت‌ها و موضوعات بالا رود.

سردبیر

در نهایت سردبیر تنها مسئول حفظ شرایط عادی و جاری نشریه است. این‌که تمامی بخش‌ها به درستی کار خود را به انجام برسانند و گیرها برطرف شود. قرار نیست یک نفر یا چند نفر همه بار «شناسایی مشکلات جامعه» و «یافتن راه‌حل» را بر عهده داشته باشند. این دو وظیفه را تمام جامعه به انجام می‌رساند. همه مردم، تمامی اقشار، تمامی نخبگان، تمامی مسئولین نظام، تمامی مدیران و خلاصه همه و همه با مشکلاتی مواجه می‌شوند و پیشنهاداتی دارند. رسانه تنها وظیفه دارد با گستردن شاخک‌های خود در بستر جامعه و توسعه روابط، حداکثر این اطلاعات را جمع‌آوری نموده، به درستی طبقه‌بندی کرده و در بهترین قالب در اختیار گروه هدف قرار دهد. گروهی که قدرت تأثیر مناسب را برای اجرایی کردن آن راه‌حل داشته باشد. سردبیر راهنمای این سازوکار است و باید تضمین نماید این ماشین رسانه‌ای در هر لحظه به درستی کار می‌کند و جایی کمبود و نقصان ندارد.

پایان

