



**محمد جواد ترابی**  
**سردبیر سابق مجلات نجوم، دانشمند،**  
**دبیر سابق ضمیمه سیب جام جم،**  
**معاون سردبیر روزنامه هفت صبح**

## 📖

**ضیائی:**

در گذشته در غیاب

روزنامه‌نگاران،

این متخصصان و

متفکران بودند که

مطالب و محتوای

نشریات علمی

رامی نوشتند

اما امروزه شیوه

تولید نشریات

علمی و محتوای

آن متناسب با

تحولات دوران

تغییر یافته است

📖 **در آغاز اگر موافقید ببینیم نشریات علمی کشور در چند دهه گذشته چه تغییراتی را از لحاظ محتوا و جذب مخاطب داشته‌اند. در چه زمینه‌هایی پیشرفت کرده‌ایم؟ کجاها چقدر افت کرده‌ایم؟**

**محمد جواد ترابی:** به‌عنوان کسی که از سال‌های قبل مخاطب و خواننده نشریات علمی بوده و امروز تجربه همکاری با بسیاری از این نشریات را دارم، روند کلی این نشریات را صعودی می‌بینم، زیرا در طول این سال‌ها تجربیات افزایش پیدا کرده است. روند تحول نشریات با توجه به ماهیت مکتوب و مستندی که دارند به خوبی می‌توانند مورد قضاوت قرار بگیرند و اث‌گذاری آنها در زمان خودشان بررسی شود. هر زمانی که نشریه‌ای را گروهی از افراد با تجربه در حوزه روزنامه‌نگاری اداره کنند از آنجا که نام خود را پای آثار می‌گذارند و نمی‌خواهند وجهه خود را خدشه‌دار کنند، تلاش‌شان را می‌کنند تا بهترین مطلب ممکن را گردآوری کنند و محصول باکیفیت ارائه دهند. علاوه بر آن تجربیات مکتوب شده نسل به نسل منتقل می‌شود و طی زمان بهتر و بهتر می‌شود. البته در دوره‌های زمانی مختلف ممکن است اداره نشریات به دلایل درون سازمانی یا برون‌سازمانی به افراد کم‌تجربه نیز واگذار شده باشد. اما برای قضاوت درخصوص روند کلی تحول این نشریات نباید این زمان‌های رکود موقتی را در نظر بگیریم.

اما جدا از بحث کیفیت، اکنون تمام نشریات علمی دنیا در کنار تولید محتوا، فعالیت‌های جانبی علمی در قالب بنگاه‌های اقتصادی برای کمک به درآمدزایی نشریه علمی دارند. این موضوع گرچه در برخی از نشریات علمی داخلی مانند نشنال جنوگرافیک، نجوم و دانستنی‌ها نیز در قالب کارگاه‌ها و گشت‌های آموزشی در جریان است اما معمولاً هیچ روند روشن و منسجمی برای جمع‌آوری مستندات از این فعالیت‌های جنبی اقتصادی وجود ندارد. به‌ویژه در زمان‌های تغییر تیم‌های مدیریتی انتقال مستندات به خوبی صورت نمی‌گیرد. به‌همین جهت بررسی تحول در این جنبه خیلی قابل بررسی و قضاوت نیست.

**بابک نیکخواه‌بهرامی:** شرایط نشریات به‌صورت کلی طی چند دهه گذشته کاملاً متفاوت شده است. به‌عنوان مثال، اگر روند کاری نشریات در گذشته از روندی مشخص و خطی پیروی می‌کرده، امروز موارد متعددی در آن تأثیرگذارند و موانع مختلفی در مسیر نشریات وجود دارد. این روزها در کنار مشکلات اقتصادی و فرهنگی، دغدغه چاپ و کاغذ و مشکلات دیجیتال شدن نیز اضافه شده است. این روزها باید کار در بسترهای مختلف رسانه‌ای (مکتوب، شبکه‌های مجازی، وبگاه و...) به همراه فعالیت‌های ترویجی مانند برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌ها صورت بگیرد. نسبت به سال‌های گذشته روش تولید محتوا متفاوت شده است. در نتیجه باید برای بررسی عملکرد نشریات آنها را نسبت به زمان خودشان سنجید.

از سوی دیگر چون این روزها اطلاعات درست و غلط فراوانی از رسانه‌های مجازی منتشر می‌شود، هزینه تولید محتوایی که بتواند تأثیرگذار باشد، به خوبی دانق‌های متفاوت را جذب کند و مقابل جریانات نادرست مجازی قرار بگیرد، بسیار بالا خواهد بود.

یکی دیگر از مشکلاتی که گریبانگیر نشریات علمی داخلی است این است که در کشور ستاره و الگوی موفق علمی به نسل جدید معرفی نمی‌کنیم. یکی از کارهای فرهنگی که نیاز هر جامعه‌ای است و بسیاری از کشورها به آن به خوبی بها داده‌اند، الگوسازی برای نسل آینده است. اکنون بسیاری از کودکان و نوجوانان ما

راه موفقیت، شهرت و پولدار شدن را در ستاره سینما و خواننده‌شدن می‌بینند. بچه‌های امروز مطالعه مجلات علمی را به‌عنوان یکی از عادت‌های همیشگی افراد موفق نمی‌شناسند تا بخوانند تحت‌تأثیر آن سبک زندگی خود را شکل دهند. زیرا هیچ وقت کسی که توانسته باشد با مطالعه و از راه علم به موفقیت رسیده باشد، به ستاره‌ای در جامعه‌ما تبدیل نشده است. نشریات خارجی چهره‌های فناور و علمی تأثیرگذار مانند بیل گیتس، استیو جابز، ایلان ماسک و... را به مردم معرفی می‌کنند. عادت‌های رفتاری و علاقه‌هایشان را از کودکی تا بزرگسالی به مخاطبان می‌گویند و بسیاری از افراد حتی از کارهای روزمره آنها الهام می‌گیرند و الگوی راه خود قرار می‌دهند.

**علی ضیائی:** خوشبختانه مجله دانشمند از نشریاتی است که آرشیو کامل مجلاتش را حفظ کرده است. چندی پیش که همراه آقای ترابی سری به این آرشیو زدید و مجلات قدیمی را ورق می‌زدیم، خیلی برآیمان عجیب بود که چطور این مطالب در سال‌های دور ما را مجذوب خود می‌کرد! برای مثال در دهه ۵۰ جابربقی به عنوان فناوری بسیار پیشرو معرفی شده بود که قرار است به خانه‌ها بیایدا حتی بسیاری از محتواها دارای اشتباهات و مفاهیم نادرستی بود. مثلاً یکی از مترجمان زبان فرانسه در مجله دانشمند برای ما تعریف می‌کرد که در سال‌های گذشته مقاله‌ای فرانسوی را با عنوان «جابه‌جایی پول با الکترون» ترجمه کرده است. در صورتی که منظور آن مقاله جابه‌جایی پول الکترونیک بوده و به‌دلیل آشنا نبودن مترجم با واژه، به اشتباه الکترونیک را الکترون ترجمه کرده بوده و کل مفهوم مورد نظر اشتباه منتشر شده بود!

از سوی دیگر افراد نخبه‌تری در گذشته نشریات علمی را منتشر می‌کردند. در آن دوران در کشور شکل گرفته و علم به مثابه قدرت دیده می‌شود و توسعه علمی به یکی از اولویت‌دیده کشور بدل شده است. پیش از این دو دهه ژورنالیسم علمی به عنوان شغل محسوب نمی‌شد. روزنامه‌نگاری داشتیم که در حوزه‌های مختلف فعالیت داشتند و در حوزه علم هم می‌نوشتند. در سال‌های اخیر افرادی به‌صورت تخصصی و جدی در این حوزه مشغول فعالیتند، آزمون و خطا کرده‌اند، کارآزموده شده‌اند و حالا شاهد شکل‌گیری گروهی از افراد متخصص در این حوزه هستیم.

**ضیائی:** در تکمیل صحبت‌های آقای ترابی این نکته را هم اضافه کنم که صرفاً ورود روزنامه‌نگاران کم‌تجربه یا غیرعلمی به فضای نشریات علمی نشانه رکود نخواهد بود، بلکه ما باید قضاوت نظرات را براساس محتوای آنها و نظرات مخاطبان این حوزه بسنجیم. **ترابی:** منظور من هم این بود که در نبود ساختار استاندارد نشریه محصول نهایی کیفیت قابل قبول ندارد و منظورم نگاه فردی به اعضای فعال در نشریه نبوده است.

**نیکخواه:** البته اساساً در دنیای امروز نمی‌توانیم تولید محتوا را محدود کنیم و فقط صلاحیت عده خاصی را برای این امر موجه بدانیم؛ زیرا چه بخواهیم و چه نخواهیم، تولید محتوا در دنیای امروز ارتباط خاصی با تحصیلات و شغل افراد ندارد. بسیاری از افراد موفق در زمینه تولید محتوای فضای مجازی الزاماً متخصص آن حوزه نیستند؛ بلکه برحسب علاقه شخصی اطلاعات خوبی در حوزه‌ای دارند و می‌دانند به چه صورتی این دانش و اطلاعاتی که به‌دست آورده‌اند را به شکل محتوای جذاب برای مخاطبانشان ارائه کنند.

**ضیائی:** این موضوع در رسانه‌های امروز بسیار مهم است. زیرا تفاوت میان تولیدکنندگان محتوا با روزنامه‌نگاران دیگر مرز مشخصی ندارد. بسیاری از افرادی که در رسانه‌های گوناگون تولید

مجله نجوم، نخستین نشریه عمومی اخترشناسی به زبان فارسی است که از مهر ۱۳۷۰ پیوسته منتشر می‌شود. نجوم از پرسابقه‌ترین مجلات موثر در فضای ترویج علم در ایران به‌شمار می‌رود و نقش مهمی طی دو دهه اخیر در ارتقای روزنامه‌نگاری علمی کشور داشته است.



**علی ضیایی**  
**روزنامه‌نگار علم و**  
**سردبیر مجله دانشمند**

«دانشمند» قدیمی‌ترین فارسی است. نخستین با شعار «سخنان نو از امروز و پژوهش فردا» پیوسته هر ماه آن‌ا اخیر با مطالعه دانش



**میزگرد بررسی چالش‌ها و فرصت‌های انتشار نشریات علمی در ایران با حضور**

**به مناسبت ۱۹ آبان، روز جهانی**

# نشریات علمی در

متوقف شده و بقیه هم در آشفته بازار تولید انواع محتواهای علمی و

شبه‌علمی در فضای مجازی به دنبال حفظ مخاطبان قدیمی و جدید خود است. مسیر پوست‌اندازی و تطابق با شرایط روز هستند.

نشریات علمی در سطح عمومی از ارکان مهم ترویج علم در مسیر آشناسازی جامعه با فرآیندهایی است که منجر به تولید علم در دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و دیگر مراکز تولید علم می‌شود. ساده‌سازی و بیان قابل فهم فرآیندهای پیچیده علم برای عموم مردم از وظایف روزنامه‌نگاران علم است؛

📖 **بعید است اهل مطالعه و خواندن کتاب و روزنامه**

باشید، اما هیچ وقت از دکه‌های مطبوعات سراغ مجلات علمی مثل دانشمند، دانستنی‌ها، نجوم،

گیتانما و... را نگرفته‌ای دست کم آنها را ورق نرذه

باشید. این روزها نشریات علمی مثل روزنامه‌ها با

انواع و اقسام مشکلات مالی و نبود کاغذ و... دست و پنجه نرم می‌کنند. انتشار

برخی نشریات علمی در سال‌های اخیر به دلیل همین مشکلات مالی و صنفی

کاظم کوکرم و  
عمل‌آویان‌طهرانی

دانش

تبلیغات در بسیاری از محتواهای علمی وجود ندارد.

مشکل دیگری که با آن در مجله گیتانما (نشنال‌جنوگرافیک فارسی) روبه‌رو بودیم، این بود که درآمد ما به ریال بود، ولی باید به دلار برای پرداخت حق امتیازها هزینه می‌کردیم. تصور رایج درخصوص نمایندگی‌های نشریات بین‌المللی این است که ما از شعبه اصلی نشریه حقوق می‌گیریم. در صورتی که ما باید درآمدزایی می‌کردیم و حق امتیاز بردن نشریه را نیز پرداخت می‌کردیم. این در حالی است که باید سلیقه نشریه اصلی را در محتواها و مطالب تولیدی خود اعمال می‌کردیم و چند بار با انتشار مطالب خیلی خوبی که آماده کرده بودیم، مخالفت کردند.

📖 **معمولاً گفته می‌شود همکاری با نشریات بین‌المللی می‌تواند اتفاقات خوبی را از نظر برندینگ و فروش نشریه رقم بزند. این یعنی براساس تجربه شما این نشریات با ما در ایران همکاری خوبی ندارند و ورود به این مسیر را مناسب نمی‌بینید؟**

**نیکخواه:** نکته‌ای که باید حتما در همکاری با این نشریات به آن توجه شود، این است که هنگام بستن قرارداد همکاری به‌خاطر گرفتن حق امتیاز آن نشریه اختیارات زیادی را به آنها واگذار نکنیم

واقعیت این است که بسیاری از نشریات معتبر جهان به نقدکردن پدیده‌ها و ارائه محتوا از مسیر کپی‌رایتینگ روی آورده‌اند. البته مستقیم برای کالای خاصی صورت می‌گیرد، به صورت حرفه‌ای و صفحه‌آشاره شود. اما اگر وقتی سوزهای نقد شود و نکات مثبت یا پدیده بیان شود، با این‌که ممکن است گروهی از مردم متوجع گزارش یا خبر در قالب کپی‌رایتینگ تهیه شده، اما در روند ارائه آن به مخاطب اختلالی به وجود نیامده است.

**صفاریان‌پور:** ببینید، سوال این است که چرا نشریه علمی را با علم تولید کند؟ به این دلیل که مخاطب به آن نشریه و روزنامه‌نگ می‌کند. وقتی شما اعتماد مخاطب را جلب کردید، دیگر اجازه ن‌آورونه جلوه دهید. مثلاً اجازه ندارید در مورد توسعه علمی کشور در حقیقت مخاطب را از مسیر ارائه اطلاعات نادرست به اشتباه بین **ترابی:** آنچه می‌گویند جزو اصول کپی‌رایتینگ نیز است. در کپی‌رایتینگ نباید مبالغه انجام شود و همان دیدگاه‌ها روزنامه‌نگاری را در دل خود دارد. در کپی‌رایتینگ محتوای س می‌شود، اما باید درست و غیرمبالغه‌آمیز ارائه شود.

