



خبرنامه انجمن صنفی ویراستاران

صاحب امتیاز: انجمن صنفی ویراستاران

هیئت تحریریه: هیئت مدیره انجمن صنفی ویراستاران

همکاران این شماره: لیلا اثنا عشری | سمیه حسینی | جواد رسولی | لیلا صمدی | هومن عباسپور | مهدی قنواتی | مهناز مقدسی
طراح: وحید هروی

خیابان خرمشهر، خیابان صابونچی، کوچه دهم، شماره ۴، واحد ۱، تلفن: ۸۸۵۱۴۶۱۴ | www.anjomanvirastar.ir

برگزاری

مجمع عمومی و فوق العاده و گرامیداشت روز ویراستار

به تصویب هیئت مدیره

در این شماره می‌خوانید ...

معرفی پشت جلد کتاب

اخبار کمیسیون‌ها

فعالیت‌های روابط عمومی

اهدای کتاب به انجمن

از سرگیری فعالیت‌های انجمن، برنامه‌ریزی برای گرامیداشت روز ویراستار با مشارکت اعضا و اجرای برنامه‌های فرهنگی حمایتی، مانند اهدای کتاب، گفت‌وگو برای انتخاب هیئت مدیره آتی و برنامه‌های انجمن در سال آینده از نکات مهمی بود که در جلسات هیئت مدیره مطرح و درباره آن‌ها تصمیم‌گیری شد.

در فصل پاییز، سه جلسه حضوری هیئت مدیره و چند جلسه غیر حضوری برای تبادل نظر و تصمیم‌گیری درباره موضوعات گوناگون برگزار شد. در این جلسات، مباحث متعددی مطرح شد که عمده‌ترین آن‌ها تصمیم‌گیری برای برگزاری مجمع و پاسداشت روز ویراستار بود.

انجمن صنفی ویراستاران، طبق تصویب‌نامه هیئت وزیران، در اردیبهشت ۱۴۰۰ کشور شد، اما متأسفانه در سال ۱۴۰۱ ابلاغیه‌ای از دیوان عدالت اداری به وزارت کار داده شد که بر اساس آن ایرادهایی در شیوه‌نامه کشوری شدن انجمن‌ها دیده شده و تا رفع آن تمدید گواهی این انجمن‌ها و برگزاری مجامع آن‌ها ممکن نیست. این موضوع، که فقط شفاهی به انجمن‌ها ابلاغ شده است، طی چندین جلسه با مسئولان وزارت کار پیگیری و به آن اعتراض شد، اما چون راهی برای حل این مشکل وجود نداشت، مسئولان وزارت کار پیشنهاد کردند که گواهی پیشین انجمن، یعنی انجمن شهر تهران، را تمدید کنیم و آن را به استان تهران تغییر دهیم. مراتب اداری این امر چند ماه به طول انجامید تا اینکه برگزاری مجمع در تاریخ پنج‌شنبه ۶ بهمن به تصویب رسید.

در ماه‌های مهر و آبان، فعالیت فضاهای مجازی و وبگاه انجمن بسیار محدود شده بود و حتی چند کارگاه تک‌درس، که قرار بود برگزار شود، متوقف شد. به سبب کند شدن یا قطع شدن اینترنت و مشکلاتی که برای فراگیران، به ویژه فراگیران خارج از تهران، پدید آمده بود؛ ناچار دوره نگارش و ویرایش متون کودک و نوجوان، بعد از برگزاری چهار درس، متوقف شد. برای تبادل نظر با اعضا و مطرح کردن مشکلات انجمن، چند جلسه مجازی برگزار شد و پس از تصویب هیئت مدیره، مقرر شد فضاهای مجازی انجمن دوباره فعال شود و انجمن قدرتمندتر از گذشته به کار خود ادامه دهد.

۱ طرح اهدای کتاب به کتابخانه چند مدرسه در شهر سرپاز، استان سیستان و بلوچستان، و ارسال آن‌ها در روز ویراستار

۳ پیگیری امور مالی و مالیاتی و تلاش برای تأمین هزینه‌های انجمن از طریق دریافت حمایت‌های مالی

۲ انتشار ویژه‌نامه روز ویراستار در تاریخ ۱۱ بهمن، با مقالاتی از اعضای انجمن و فعالان فرهنگی

۵ درج آگهی در مجله جهان کتاب برای اعلام کردن خدمات انجمن

۴ برگزاری مجمع عمومی و فوق العاده به صورت حضوری در تاریخ ششم بهمن

۷ برنامه‌ریزی برای برگزاری کارگاه تکمیلی دوره‌های جامع

۶ تجهیز وبگاه انجمن

برای افزودن

محتوای آموزشی و خبری

۸ برنامه‌ریزی برای برگزاری کارگاه‌های یک‌روزه آموزش مقدماتی ویرایش

معرفی پشت جلد کتاب



عبدالحسین آذرنگ

باسیاس از مجید رهنائی (جهان کتاب)، کامیار عابدی (انتشارات مروارید) و لیلیا زارع (پژوهشگر و کتابپژوه) که این نوشته را پیش از انتشار خواندند و نکات سودمندی را تذکر دادند. ع. آ.

کتاب، به رسانه‌گران و به کتابداران و کتابداران مرجع کمک کند؛

نویسنده این مطلب یا ناشری که با انتشار آن موافقت می‌کند باید محاسبه‌ی زمان و انتقال پیام را با کمترین و گویاترین کلیدواژه‌ها، اصطلاح‌ها و عبارات‌ها داشته باشد. بنا به تجربه، بهتر است زمان لازم برای انتقال پیام از ۳۰ ثانیه تجاوز نکند؛

در کتاب‌هایی که معرفی پدیدآورنده لازم است، به‌ویژه کتاب‌های نخست‌اثران، یکی دو سطر توضیح مختصر درباره تخصص و حوزه کار آن‌ها لازم است؛

در کتاب‌هایی که روکش جلد دارند، سه فضا در اختیار ناشر است: لبه‌برگردان‌های آغاز و پایان کتاب و پشت جلد. این فضاها به ناشر امکان می‌دهد که پشت جلد را به معرفی کتاب، لبه‌برگردان اول را به معرفی نویسنده و اشاره به سایر آثار او، و لبه‌برگردان آخر کتاب را به معرفی مترجم، در کتاب‌های ترجمه‌شده، یا به معرفی مجموعه یا دیگر آثار مرتبط خود ناشر اختصاص دهد؛

تجربه نشان داده است که نوشتن مناسب‌ترین معرفی‌ها با کمترین واژه‌ها و در همین محدوده زمانی از ویراستاران کارگرفته و مخاطب‌شناس و کاربردشناس ساخته است؛

شماری از ناشران، اگر نگوییم بیشتر قریب‌به‌اتفاق آن‌ها، اغلب از پدیدآورنده می‌خواهند این مطلب را بنویسد و در اختیار ناشر بگذارد، حال آنکه پدیدآورنده مناسب‌ترین کس برای نوشتن چنین مطالبی نیست؛ به این دلایل:

از هیچ پدیدآورنده‌ای نمی‌توان توقع داشت که نشر، بازار نشر، ویژگی‌های اطلاع‌رسانی، جنبه‌های تبلیغاتی نشر، کاربردهای اثر و سایر نکته‌های فنی نشر را بشناسد؛

ناشرانی که بررسی‌های بازارشناسی، مخاطب‌شناسی و کاربردشناسی دارند، به اطلاعات و داده‌هایی دست می‌یابند که در دسترس دیگران نیست؛

تا جایی که جست‌وجو کرده‌ام، تا کنون ندیده‌ام درباره مطالبی که پشت جلد کتاب‌ها چاپ می‌شود نوشته مستقلی به زبان فارسی منتشر شده باشد، نیز در معرفی کتاب‌های الکترونیکی که ارمان تازه‌تری است. ضوابط اصلی نگارش آن‌ها را هم در منابع فارسی نیافته‌ام، مگر برخی اشاره‌های کلی و گذرا. از این رو، در اینجا سعی می‌کنم چند اصل و نکته را در این خصوص با اهل حرفه و علاقه‌مندان در میان بگذارم و امیدوارم بازخوردهای علاقه‌مندان به تکمیل این بحث کمک کند.

* برای نشر و کتاب‌های الکترونیکی، نک: بخش پایانی این نوشته.

مطلبی که پشت جلد کتاب‌های چاپی نوشته و منتشر می‌شود معمولاً نباید بیش از چند سطر اطلاع باشد، و این چند سطر در اصل به این قصد چاپ می‌شود که در زمانی کوتاه تصویری گویا و مفهومی رسا از محتوای کتاب، و گاه نیز از کاربرد و مخاطب یا مخاطبان اصلی آن، به دست بدهد؛

مطلب پشت جلد، افزون بر اطلاع‌رسانی، جنبه ترویجی و تبلیغی هم دارد و از این رو همواره باید صادقانه، صمیمانه، صریح و موافق با حقیقت و واقعیت باشد؛ به دور از هرگونه غلو، مبالغه و اغواگری خلاف واقع. اگر جز این باشد، اطمینان خریدار و خواننده کتاب از کتاب‌های دیگر ناشر و سایر آثار پدیدآورنده سلب خواهد شد؛

این مطلب باید به گونه‌ای باشد که پخشگر (توزیع‌کننده)، کتاب‌فروش، شاگرد کتاب‌فروش، بازاریاب، ویزیتور، کسانی که از کتاب‌فروشان و کتابخانه‌ها سفارش می‌گیرند، سایر عوامل پخش و فروش، خبرنگار، روزنامه‌نگار، رسانه‌گر، مسئولان تبلیغات، کتابداران، و نیز خریداران و خوانندگان کتاب، با نگاهی سریع به آن بتوانند از محتوا و هدف کتاب تصویری مفهوم و روشن به دست بیاورند. به‌ویژه به کتاب‌فروشان برای معرفی به خریداران

ممکن است پدیدآورنده نتواند مانند نویسندگانی بی‌طرف از نوشته خودش فاصله بگیرد و آن را کاملاً منصفانه معرفی کند. تجربه عملی از بررسی شمار زیادی از معرفی‌های پشت جلد نشان داده است که معمولاً پدیدآورنده یا درباره اثر خودش غلو و مبالغه، یا آن قدر فروتنی می‌کند که حق مطلب درست ادا نمی‌شود؛

ویراستار کارگرفته مخاطب‌شناس، کاربردشناس و خوش‌قلم، اگر که خود اثر را ویراسته باشد، بیش از دیگران بر جنبه‌های مختلف آن احاطه دارد؛ به این دلایل:

او هم خواننده دقیقی است و هم عاملی تأثیرگذار در انتقال پیام اثر به خوانندگان. در نتیجه، دید او چندوجهی است؛

معمولاً از آغاز مراحل پدیدآوردن، انتشار، پخش، فروش، خریدن و خواندن اثر، تا مرحله بازخوردهای خوانندگان و تأثیر آن‌ها بر روند نشر را خوب می‌شناسد؛

این‌گونه ویراستاران اغلب توان نویسندگی و قدرت‌های نگارشی و تأثیرگذاری دارند، و در عین حال می‌دانند، یا بهتر می‌توانند تخمین بزنند، که مخاطبان اصلی اثر چه کسانی هستند. در نتیجه، پیام را با توجه به مخاطبان اثر تنظیم می‌کنند؛

در نشرهای توسعه‌یافته، «سطراول‌نویسی» از امتیازهای بزرگی است که حتی در ازای آن دستمزدهای درخوری هم پرداخت می‌شود، یعنی این توانایی که ویراستار کارگرفته کاردان بتواند محتوای اصلی کتاب را با چند کلیدواژه، یا چند اصطلاح و تعبیر تعیین‌کننده، در یک سطر معرفی کند. گاه ممکن است او فقط همین یک سطر را بنویسد و ویراستاران دیگر سطرهای تکمیلی را. هر ویراستاری قدرت سطر اول‌نویسی را ندارد. این توان را در معرفی فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی، و تبلیغات بزرگ کتاب‌های تازه انتشار در نشرهای بین‌المللی و معتبر معرفی و نقد کتاب بهتر می‌توان دید؛



■ نشر و کتاب الکترونیکی / دیجیتال امکانات
به مراتب بیشتری برای معرفی، ترویج و تبلیغ در اختیار دارد و هر روز هم نوآوری‌ها بر دایره و گزینه امکانات آن می‌افزاید. حتماً باید در نظر داشت که اکنون نشر چاپی/ کاغذی برای بقای خود به امکانات اطلاع‌رسانی، تبلیغی و ترویجی الکترونیکی نیازمند، و ناگزیر به استفاده از این امکانات است.

■ اصول نگارش معرفی برای کتاب الکترونیکی با کتاب چاپی تفاوتی ندارد.

■ نشر الکترونیکی می‌تواند با انتشار پیش‌آگهی‌ها عواملان فروش، بازاریابان، رسانه‌ها، مطبوعات، کاربران و حتی خریداران احتمالی را از انتشار کتاب‌های تازه، یا انتشار کتاب‌های در راه، باخبر کند؛ می‌تواند به همه مخاطبان خود فرصت و مجال کافی برای بررسی و انتخاب بدهد؛

■ می‌تواند بازتاب‌ها و بازخوردها را به طور گسترده انعکاس دهد؛

■ می‌تواند میان همه عناصر تولیدی اثر پل ارتباطی باشد، یا میان خود آن‌ها ارتباط مستقیم برقرار کند؛

■ می‌تواند هرگاه بخواهد معرفی را تغییر دهد، بر آن بیفزاید، یا از آن بکاهد، یا آن را تعویض، تصحیح و جرح و تعدیل کند؛

■ می‌تواند از امکانات تصویری و انواع طراحی‌ها و رنگ‌ها استفاده کند؛

■ می‌تواند نقد و نظرها و تحلیل و توصیف‌ها درباره اثر را با کاربران و مخاطبان خود در میان بگذارد؛

■ امکانات نشر الکترونیکی برای اطلاع‌رسانی، تبلیغ و ترویج با هیچ‌یک از محدودیت‌ها و مانع‌های جغرافیایی، مکانی و زمانی روبه‌رو نیست. از این رو، نشر الکترونیکی آگاه به امکانات متنوع و گسترده خود، می‌تواند نشری رویدادآفرین و بسیار تأثیرگذارتر باشد.

اشتیاق خریداران و خوانندگان را به آشنایی با آن‌ها برانگیزاند. این اشتیاق با تأکید بر جنبه‌های تازه، نوآورانه و خواندنی ایجاد می‌شود؛

■ در مجموعه‌ها، اشاره ناشر به آثار دیگری که در آن مجموعه منتشر شده است، به‌ویژه به مخاطبان اصلی مجموعه و مجموعه‌داران و کتابخانه‌ها، کمک می‌کند؛

■ نقل کردن نکات برجسته از معرفی‌های چاپ‌شده در نشریه‌های حرفه‌ای معتبر می‌تواند هم مناسب و هم مشوق باشد. بعضی از ناشران نسخه‌هایی از کتاب را پیش از انتشار عمومی برای این‌گونه نشریات می‌فرستند و اظهار نظر نویسندگان و همکاران آن‌ها با انتشار عمومی کتاب هم‌زمان، یا تقریباً هم‌زمان، می‌شود؛

■ ممکن است در بازچاپ‌های کتاب تکه یا تکه‌هایی از بازخوردهای مثبت مطبوعات انتخاب و بر پشت‌جلد ظاهر شود. کتاب‌هایی هستند که استقبال از آن‌ها از چاپ دوم به بعد آغاز می‌شود. در این‌گونه کتاب‌ها معمولاً بازخوردهای مثبت بیش و بیشتر می‌شود و ناشر از میان آن‌ها مساعدترین نکات را برمی‌گزیند و پشت‌جلد درج می‌کند؛

■ استفاده از طراحی، قلم‌های حروف متفاوت و رنگ تأثیرهای روان‌شناختی دارد و اگر مطالعه‌شده و دقیق باشد، تأثیر آن حتمی‌تر است. رنگ از عوامل‌های تأثیرگذار و ایجاد جاذبه است. رنگ حروف با توجه به رنگ زمینه و عامل کنتراست مؤثر است؛

■ قلم و اندازه حروف همین‌طور. خواننده نباید با سعی و تلاش نوشته را بخواند. آسان‌خوانی و لذت‌بردن از خواندن از اصول بنیادی است. هرگاه خواننده احساس کند پیامی گویا با لحن و زبانی خوش، حامل دید، نگرش، اطلاع، داده، یا وصفی خوشایند به او منتقل شده است، خاطرش خرسند می‌شود و خرسندی او نشانه موفقیت پیامی است که فرستاده و گرفته شده است؛

■ از تأثیر مطالب مناسب پشت‌جلد بر فروش کتاب آمارهایی از نشر کشورهای انگلیسی‌زبان در دست است. در زبان فارسی از این‌گونه آمارها فعلاً نیست، چون مطالعات نشر وجود ندارد. شاید اندک‌شماری از ناشران، بنا به تجربه مستقیم خودشان یا به یاری شمش ناشرانه، تخمین‌هایی در این خصوص داشته باشند، اما اطلاع مدون و مکتوبی هم در این باره دیده نشد.

■ نیز معمول است که ویراستار کارکشته نظر پدیدآورنده و ناشر را جویا شود و سعی کند جنبه‌های «مد نظر» و البته وارد آنان را در نوشته خود اعمال کند، به‌ویژه نظر آن‌ها را درباره محتوا، هدف، مخاطب، کاربرد/ کاربردهای اثر. ویراستار کارکشته از پدیدآورنده می‌پرسد: «این اثر را چرا و به چه قصدی نوشتی؟» از ناشر هم می‌پرسد: «چرا این کتاب را برای انتشار انتخاب کردی؟» پاسخ این دو پرسش مهم است؛

■ اشاره به کتاب‌های دیگر پدیدآورنده، که به شناخت بهتر حال‌وهوا و سبک و روش پدیدآورنده کمک کند، مؤثر است؛ مطالعات نشان داده است که اصالت، تازگی، دیدگاه متفاوت، تحلیل و موشکافی، پاسخ‌گویی به نیازهای مبرم، روشمندی، اعتبار و استناد، و جایگاه اثر در میان آثار مشابه از اصلی‌ترین متغیرهایی است که در داوری و انتخاب خریداران و خوانندگان آثار غیرداستانی نقش تعیین‌کننده دارد؛

■ در آثار داستانی و هنری، نام پدیدآورنده در وهله نخست تعیین‌کننده است. در کتاب‌های دیگری که از او منتشر شود، مطلبی تأثیرگذار است که توجه خریدار و خواننده کتاب را به مضمون این اثر تازه جلب کند؛

■ نوشتن مطلب درباره آثار داستانی و هنری به مراتب دشوارتر از آثار غیرداستانی، و در عین حال هنرمندانه‌تر است. از این رو، بهتر است این مطلب را ناشر از کسی بخواهد که بتواند مقصود را تأمین کند؛

■ ممکن است یک جمله درباره حال‌وهوا و سبک داستان و تکه بسیار کوتاهی از یک قسمت داستان برای معرفی کتاب‌های داستانی کفایت کند؛

■ ممکن است یک جمله در وصف حال‌وهوای شعرهای کتاب و تکه‌ای از یک شعر برای معرفی مجموعه یا کتاب شعر مقصود را تأمین کند؛

■ در کتاب‌های کودکان و نوجوانان، مشخص کردن گروه سنی مخاطبان اصلی کتاب حتماً لازم است؛

■ نوشتن معرفی برای کتاب‌های نخست‌اثران هم دشوارتر از کتاب‌های دیگر است. همه نخست‌اثران در همه جای جهان به آسانی از سوی ناشران و خریداران و خوانندگان کتاب پذیرفته نمی‌شوند. از این روست که معرفی پشت‌جلد آثار این پدیدآورندگان را باید به گونه‌ای تنظیم کرد که

کمیسیون آموزش

مهدی قنواتی | رئیس کمیسیون

در فصل پاییز، چندین جلسه کمیسیون آموزش برای برنامه‌ریزی و رفع مشکلات موجود تشکیل شد. با توجه به قطع شدن اینترنت و محدودیت‌های شدید فضاهای مجازی، برنامه‌هایی که برای شش ماهه دوم سال تدوین شده بود امکان اجرا نیافت و به‌ناچار تغییراتی در برنامه‌های آموزشی صورت گرفت. کارهای انجام‌شده در این کمیسیون در فصل پاییز به قرار زیر بوده است:

ترم پایانی از پنجمین دوره جامع نگارش و ویرایش برگزار شد، اما زمان برگزاری برخی کلاس‌ها و امتحانات پایانی ترم به علت پایین بودن سرعت اینترنت تغییر یافت. بیش از نیمی از فراگیران، به‌ویژه افرادی که خارج از تهران بودند، با سختی می‌توانستند در جلسات حضور یابند؛

به سبب مشکلاتی که در اینترنت پدید آمد، سامانه‌ای که بخش آموزش انجمن را عهده‌دار بود دچار مشکل شد و پوشه‌های ضبط‌شده ترم‌های پیشین انجمن از بین رفت که طی چندین جلسه و با تلاش فراوان، کمیسیون آموزش توانست پوشه‌ها را بازیابی و آن را به صورت ضبط‌شده روی «حافظه درفشی» (فلش مموری) در اختیار فراگیران قرار دهد؛
دومین دوره جامع نگارش و ویرایش متون کودک و نوجوان به علت دسترسی نداشتن نیمی از فراگیران، به‌ویژه فراگیران شهرهای دیگر، در نیمه راه متوقف شد و مابه‌التفاوت شهریه فراگیران برگردانده شد. امید است با بهبود شرایط، دوباره این دوره ادامه پیدا کند؛
کارگاه یک‌روزه حضوری با عنوان «نخستین درس‌های ویرایش» اطلاع‌رسانی شد و قرار بود در ۲۹ دی برگزار شود، اما به سبب اعلام قطع شدن اینترنت در همین روز به علت برگزاری آزمون سراسری، تاریخ کارگاه به نیمه بهمن تغییر یافت؛
چند کارگاه یک‌روزه تکمیلی برای فراگیران دوره‌های جامع انجمن طراحی شده که در بهمن اطلاع‌رسانی خواهد شد؛

برای برگزاری ششمین دوره جامع نگارش و ویرایش در سال ۱۴۰۲ برنامه‌ریزی شد و اطلاع‌رسانی آن در بهمن صورت می‌گیرد.

کمیسیون امور ویرایشی

در پاییز ۱۴۰۱، تمرکز کمیسیون امور ویرایشی بر گفت‌وگو با ناشران و تدوین چند شیوه‌نامه برای آنان بود. راهنمایی چند تن از اعضا برای بهبود کارهای ویرایشی‌شان و سرپرستی ویرایش چند نشریه که به انجمن سپرده شده بود نیز از فعالیت‌های این کمیسیون بود.

کمیسیون امور صنفی و حقوقی

جواد رسولی | رئیس کمیسیون

این کمیسیون در چند ماه گذشته همچنان در زمینه مشاوره فعال بود. برای دریافت دستمزد چند تن از ویراستاران که مشکلاتی داشتند و درخواستشان به انجمن ارسال شده بود، راهنمایی‌هایی صورت گرفت و نامه‌مکتوبی نیز به ناشر ارسال شد. همچنین، آگهی جذب ویراستار از چند ناشر در فضاهای مجازی انجمن قرار گرفت. فراخوانی نیز در گروه اعضای انجمن، در فضای مجازی، برای جذب نیرو و همکاری با کمیسیون امور صنفی و حقوقی منتشر شد.

دبیرخانه و روابط عمومی

در سه ماه گذشته، برای همدردی با مردم داغدار ایران، شبکه‌های اجتماعی انجمن به روزرسانی نشد و بسیاری از فعالیت‌های روابط عمومی، از جمله انتشار خبرنامه، متوقف شد. پس از مشورت با هیئت مدیره و برگزاری جلسه با اعضا و حمایت آنان، تصمیم بر آن شد که انجمن همچنان فعالیت خود را از دی‌ماه پی بگیرد و برای قوی‌تر شدن تلاش کند. فهرستی از فعالیت‌های دبیرخانه و بخش روابط عمومی در ادامه آمده است:

- بارگذاری مقاله‌های حوزه نگارش و ویرایش و ترجمه در روزهای سه‌شنبه در وبگاه انجمن؛
- اطلاع‌رسانی کارگاه‌های آموزشی؛
- انجام امور اداری و پیگیری‌های لازم برای برگزاری مجمع عمومی و اطلاع‌رسانی به اعضا؛
- برنامه‌ریزی برای انتشار ویژه‌نامه روز ویراستار و فراخوان مقاله کوتاه؛
- آماده کردن مطالب خبرنامه دی‌ماه و برنامه‌ریزی برای انتشار مجدد خبرنامه‌های ماهیانه؛
- هماهنگی برای راه‌اندازی تالار گفت‌وگو در وبگاه انجمن به منظور تعامل بیشتر با اعضا؛
- برگزاری چند جلسه حضوری با برخی اعضای انجمن با هدف فعال‌تر کردن فضاهای مجازی.

اهدای کتاب به انجمن

در آبان ۱۴۰۱، خانم شهناز خانلو حدود ۸۰ عنوان کتاب و تعدادی شیوه‌نامه و مجله و یک دوره کامل فرهنگ بزرگ سخن و فرهنگ‌نامه کودکان و نوجوانان را به کتابخانه انجمن اهدا کرد.

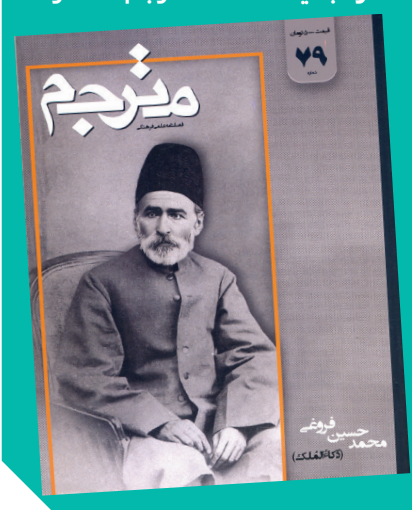
از ایشان بابت لطف و مهربانی‌شان سپاس‌گزاریم.

تازه‌ها

شماره جدید جهان منتشر شد



شماره جدید فصلنامه مترجم منتشر شد



نخستین درس‌های ویرایش

کارگاه یک‌روزه

مدرسین: هومن عباسپور • مهدی قنواتی

پنج‌شنبه ۱۳ بهمن

ساعت کارگاه: ۹ تا ۱۶:۳۰

۴ جلسه ۹۰ دقیقه‌ای • حضوری و مجازی

- تعریف ویراستار و وظایف او
- تفاوت رساله‌ها و اما
- پیوسته‌نویسی و جدا نویسی
- فوائد نشانه‌گذاری
- مفرد و جمع در زبان فارسی
- آشنایی با عناصر عربی در زبان فارسی
- خطاهای رایج زبانی و معنایی
- اصلاح درازنویسی‌ها
- صفت و قید مناسب در متن
- حروف اضافه متناسب با اجزای جمله
- موارد مجاز برای حذف فعل

۰۶۳۹ - ۶۵۳۴۷۱۸ | anjoman.viristar@gmail.com
۰۲۱ - ۸۸۵۱۴۶۱۳ | anjomanviristar.ir