

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# اصول ومبانی نشریات دانشگاهی

# اصول و مبانی نشریات دانشگاهی

مدیریت در نشریات و اصول گرافیکی در صفحه‌آرایی  
به همراه قوانین و دستورالعمل های ناظر بر نشریات دانشگاهی  
و فرم‌های دایره جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور



خانه نشریات دانشگاهی  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

به سفارش خانه نشریات دانشگاهی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، برای نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی  
دانشگاه‌های کشور - اسفندماه ۱۳۹۴

مؤلف: امیر هوشنگ قلندری

اصول و مبانی نشریات دانشگاهی  
به همراه قوانین و دستورالعمل‌های نشریات دانشگاهی  
و فرم‌های داوری جشنواره نشریات دانشجویی  
به سفارش خانه نشریات دانشگاهی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
برای نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

ISBN:

روزنامه‌نگاری — فن.

نشریات دانشگاهی — ایران

دانشجویان — نشریات ادواری

به سفارش خانه نشریات دانشگاهی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

PN

۱۳۹۴

کتابخانه ملی ایران

نام کتاب:	اصول و مبانی نشریات دانشگاهی
مؤلف:	امیر هوشنگ قلندری
ویراستار:	سمیه لباف
حروفچینی:	کانون تبلیغاتی امیر
صفحه آرایی:	کانون تبلیغاتی امیر
ناشر:	پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
شابک:	
شمارگان:	۳۰۰۰ نسخه
نوبت چاپ:	اول
تاریخ چاپ:	بهار ۹۵
قیمت:	۱۰۰/۰۰۰ ریال

پست الکترونیکی برای اعلام نظر و پیشنهاد سازنده به مؤلف:

amir.ghalandari@gmail.com

ISBN:

EAN:

شابک:

ای. ای. ان:

## فهرست مطالب

### بخش اول / ۱۳

سخن نخست / ۱۴

مقدمه / ۱۸

### بخش دوم / ۲۱

#### تاریخچه روزنامه‌نگاری / ۲۲

مطبوعات در رقابت با دیگر رسانه‌های خبری / ۲۳

نشریات دانشجویی و دانشگاهی / ۲۴

شرایط شخص فعال در عرصه نشریات و رسانه / ۲۵

ویژگی‌های روزنامه‌نگار و نویسنده رسانه‌ای / ۲۶

ویژگی‌های روزنامه‌نگار و نویسنده در نشریات دانشگاهی / ۲۶

توسعه فن کاغذ سازی و صنعت چاپ در ایران / ۲۶

عصر گوتنبرگ / ۲۷

نشریات الکترونیکی / ۲۷

مزایای منابع اطلاعاتی الکترونیکی بر چاپی / ۲۸

### بخش سوم / ۲۹

#### فرایند فعالیت در نشریات دانشگاهی / ۳۰

رسالت رسانه‌ها در جوامع / ۳۲

اطلاع رسانی و آگاهی بخشی / ۳۳

آموزش و تحلیل / ۳۳

همگن سازی، جهت دهی و هدایت افکار / ۳۴

تبلیغات / ۳۴

سرگرمی و اوقات فراغت / ۳۶

دسته بندی نشریات دانشجویی / ۳۷

نشریات سطح سبک (زرد) / ۳۸

نشریات سطح متوسط / ۳۸

نشریات سطح وزین / ۳۹

ماهیت و مشخصات نشریات دانشگاهی / ۴۰

فرایند انتشار نشریه دانشگاهی / ۴۰

مراحل درخواست مجوز نشریات دانشگاهی / ۴۱

- شرایط صاحب امتیاز برای دریافت مجوز انتشار نشریه / ۴۲
- شرایط مدیر مسؤول برای دریافت مجوز انتشار نشریه / ۴۲
- مراحل اجرایی انتشار در نشریات دانشگاهی / ۴۷
- تشکیل هسته اولیه برای انتشار نشریه / ۴۹
- شرایط انتخاب نام نشریه / ۴۹
- عوامل مؤثر در انتخاب نام نشریه دانشگاهی / ۵۰
- ترسیم چارت تشکیلاتی نشریه / ۵۱
- تسلط سردبیر بر حوزه کار نشریه / ۵۱
- شرح وظایف اجزای چارت تشکیلاتی / ۵۴
- صاحب امتیاز / ۵۴
- مدیرمسؤول / ۵۵
- سردبیر / ۵۶
- هیات تحریریه / ۵۷
- دبیران سرویس‌ها / ۵۷
- مدیر اجرایی و هنری / ۵۸
- شرح وظایف مدیر اجرایی یا هنری / ۵۹
- برگزاری جلسات منظم هیأت تحریریه / ۵۹
- دبیر جلسات هیأت تحریریه / ۶۰
- ویراستار / ۶۱
- ویراستاری رسم الخطی / ۶۲
- ویراستاری محتوایی / ۶۲
- سرویس بندی و تعداد صفحات در نشریات دانشگاهی / ۶۳
- ترسیم ماکت (نمونک) شطرنجی و چینش عناوین محتوا / ۶۴
- قالب‌های مطبوعاتی / ۶۶
- چینش محتوا در صفحات نشریات غیر علمی (فرهنگی و...) / ۶۷
- چینش محتوا در صفحات نشریات علمی / ۶۸
- سرویس فرهنگی و سرگرمی در نشریات علمی / ۷۰
- جدول زمانبندی و تقسیم کار دبیران سرویس‌ها / ۷۲
- ساخت ماکت نشریه توسط دبیر سرویس / ۷۳
- نمونه عملی تأمین و چینش محتوا در یک سرویس / ۷۴
- نشریات دانشگاهی از نظر شکل ارائه / ۷۷
- تعیین دوره زمانی انتشار نشریه / ۷۷
- استفاده از صفحات یاستون‌های ثابت در نشریه / ۷۸
- درج اسامی نویسندگان و ذکر منابع / ۷۹

- راه‌های سوژه‌پردازی و تعیین سوژه در نشریات دانشگاهی / ۸۰
- داشتن شم خبرنگاری و اطلاعات عمومی مناسب / ۸۰
- مخاطبان و خوانندگان نشریات دانشگاهی و مردم / ۸۱
- مدیران و فعالان سایر نشریات و رسانه‌ها / ۸۱
- اطلاعی‌ها و تراکت‌های نصب شده در دانشگاه / ۸۱
- بخش‌های مختلف دانشگاه و روابط عمومی / ۸۲
- تشکل‌ها و کانون‌های دانشجویی / ۸۲
- بخش‌های مختلف دانشگاه و روابط عمومی / ۸۲
- توجه به نیازهای جامعه دانشگاهی و ضرورت طرح موضوع / ۸۲
- برنامه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی / ۸۲
- مشاهده و تیزبینی خبرنگار / ۸۳
- فضای مجازی و بانک‌های اطلاعاتی / ۸۳
- اسناد و مدارک آرشیوی و کتابخانه‌ای / ۸۳
- سرویس‌های خبری / ۸۳
- روابط عمومی وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌ها / ۸۴
- تسلط خبرنگار بر حوزه کار / ۸۴
- ارتباط نزدیک با خبرنگاران دیگر رسانه‌ها / ۸۴
- مسئولان، صاحب‌نظران و کارشناسان / ۸۴
- دقت در جزئیات یک خبر / ۸۴
- توجه عمقی به موضوعات غیر خبری / ۸۵
- اعلام مواضع و سخنان مقامات عالی‌رتبه کشور / ۸۵
- فکر کردن در مورد موضوع / ۸۵
- ویژگی‌های یک سوژه خوب / ۸۶
- اصول مهم و تأثیرگذار در جذابیت محتوایی / ۸۶
- تولیدی بودن محتوا / ۸۶
- هماهنگ بودن محتوا با زمینه انتشار / ۸۶
- به روز بودن محتوا متناسب با دوره انتشار / ۸۷
- مرتبط بودن با مخاطبان دانشگاهی / ۸۷
- استفاده از نقل قول در اقتباس / ۸۷

## بخش چهارم / ۸۹

- تعریف گرافیک / ۹۲
- کاربرد گرافیک در رسانه‌ها و مطبوعات / ۹۳
- گرافیک مطبوعاتی / ۹۵

- تعریف گرافیک و صفحه‌آرایی مطبوعاتی / ۹۶
- نظام ارتباطی در صفحه‌آرایی / ۹۶
- نقش گرافیک در خلق اثر / ۹۸
- قطع مناسب در نشریات دانشگاهی / ۹۹
- عکس در مطبوعات / ۱۰۰
- عوامل تعیین قطع نشریه / ۱۰۰
- کارکرد جلد در مجلات / ۱۰۰
- محافظت از صفحات داخل مجله؛ / ۱۰۰
- دسته‌بندی کلی نشریات / ۱۰۰
- عناصری که جلوه بصری را تقویت می‌کند / ۱۰۰
- عناصر بصری صفحه / ۱۰۱
- نقطه / ۱۰۱
- خط / ۱۰۳
- سطح / ۱۰۶
- شکل / ۱۰۷
- حجم / ۱۰۷
- بافت / ۱۰۸
- حرکت / ۱۰۹
- تقارن / ۱۱۰
- توازن / ۱۱۰
- ریتم (ضرب‌آهنگ) / ۱۱۱
- کنتراست / ۱۱۱
- اجرای کار صفحه‌آرایی در نشریات دانشگاهی / ۱۱۲
- گریدبندی صفحات، اولین گام شروع صفحه‌آرایی / ۱۱۵
- حاشیه صفحه / ۱۱۷
- طرح پیش فرض اولیه (تود زدن) / ۱۲۰
- ساخت نمونک (ماکت) / ۱۲۱
- ارتباط اندازه‌های استاندارد کاغذ با قطع نشریات / ۱۲۴
- تعیین قطع استاندارد روزنامه‌ها و نشریات / ۱۲۴
- قطع مناسب در نشریات دانشگاهی / ۱۲۷
- نقطه طلایی یا مرکز بصری صفحه / ۱۲۸
- شیوه‌های زیباسازی صفحات / ۱۲۹
- صفحه‌آرایی در نشریات و مجلات قطع کوچک / ۱۳۰
- ایجاد صفحات یا ستون‌های ثابت / ۱۳۱
- نوع و اندازه قلم‌های مناسب متن و تیتراژ / ۱۳۲



تناسب اندازه قلم و طول سطر (پهنای ستون) / ۱۳۳  
 ایجاد فضای خالی (سفید) در صفحه / ۱۳۴  
 استفاده از ترام برای ایجاد تنوع / ۱۳۵  
 استفاده از تیرها و اجزای آن (روتیتیر، زیر تیتیر اصلی، میان تیتیر و سوتیتیر) /

سو تیتیر / ۱۳۷  
 میان تیتیرها / ۱۳۷  
 رو تیتیر / ۱۳۷  
 تیتیر اصلی / ۱۳۷  
 زیر تیتیر / ۱۳۷  
 میان تیتیرها / ۱۳۸  
 سو تیتیر / ۱۳۸  
 استفاده از خط و کادر در صفحه / ۱۳۹  
 شرایط چینش صفحات مقابل هم / ۱۴۰  
 اصل وحدت رویه در صفحات / ۱۴۰  
 سرصفحه / ۱۴۱  
 نشانه‌های آغاز سرویس‌ها و بخش‌های (کلیشه سرویس) / ۱۴۲  
 طرح روی جلد یا صفحه نخست / ۱۴۴  
 انواع لوگوتایپ‌ها / ۱۴۶  
 ویژگی‌های بصری نشانه‌نویسته (لوگوتایپ) / ۱۴۸  
 ایجاد جاذبه / ۱۴۸  
 اندازه لوگوتایپ (نشانه نوشته) / ۱۴۸  
 استفاده از اصل تضاد یا کنتراست / ۱۵۰  
 استفاده از طرح‌های ابتکاری و جدید / ۱۵۰  
 استفاده از اصل عادت و ثبات / ۱۵۰  
 خوانا بودن و سرعت در خوانش لوگوتایپ / ۱۵۱  
 تناسب با محتوا / ۱۵۱  
 هماهنگی در حروف / ۱۵۱  
 طرح ابتکاری و نوآورانه / ۱۵۲  
 استفاده نکردن نمادهای گذرا / ۱۵۲  
 در نظرگیری شرایط فرهنگی / ۱۵۲  
 استفاده از رنگ‌های مکمل در صورت ضرورت / ۱۵۳  
 هماهنگی معنادار با زمینه فعالیت / ۱۵۳  
 شیوه‌های طراحی لوگوتایپ / ۱۵۴  
 لوگوتایپ براساس تایپوگرافی / ۱۵۴

- لوگو تایپ‌های مبتنی بر هماهنگی شکل و معنا / ۱۵۵  
لوگو تایپ‌های هندلترینگ (دست‌نوشته) / ۱۵۶  
شناسنامه زیر لوگو تایپ / ۱۵۷  
شرایط ستون‌بندی مناسب / ۱۵۷  
استفاده از قالب چندستونی / ۱۵۸  
ارزش ستون‌ها / ۱۵۹  
ارجاع ادامه متن به صفحات دیگر / ۱۶۰  
ثبات قلم متن در محتوای ستون‌ها / ۱۶۱  
استفاده از فضای خالی اطراف لوگو تایپ در روزنامه‌ها / ۱۶۲  
هدایت خوانندگان به خواندن خبرها بر اساس اولویت تعیین شده / ۱۶۳  
استفاده از اصل ثبات / ۱۶۴  
شیوه تقسیم صفحات / ۱۶۴  
تیرها / ۱۶۴  
صفحه فهرست / ۱۶۶  
اجزای صفحه فهرست / ۱۶۶  
طرح روی جلد / ۱۶۸  
یونیفورم جلد / ۱۷۱  
عناصر تشکیل‌دهنده یونیفورم جلد / ۱۷۱  
انواع طرح جلد / ۱۷۲  
پوستر و ویژگی‌های بصری آن / ۱۷۶  
حقیقت /  
تایپوگرافی / ۱۷۷  
اندازه‌های استاندارد کاغذ / ۱۸۲  
کاغذهای استاندارد گروه A / ۱۸۲  
اندازه‌های کاغذهای استاندارد گروه A / ۱۸۳  
کاغذهای استاندارد گروه B / ۱۸۳  
کاغذهای استاندارد گروه C / ۱۸۳

#### بخش پنجم / ۱۸۵

مقدمه / ۱۸۶

بخش اول / ۱۸۶

تعاریف و کلیات / ۱۸۶

#### دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشجویی / ۱۸۶

بخش دوم / ۱۹۰

نحوه درخواست مجوز و شرایط انتشار نشریات دانشگاهی / ۱۹۰

بخش سوم / ۱۹۴

حقوق نشریات دانشگاهی / ۱۹۴

بخش چهارم / ۱۹۵

حدود نشریات دانشگاهی / ۱۹۵

بخش پنجم / ۱۹۶

تنبیهاات / ۱۹۶

بخش ششم / ۱۹۷

رسیدگی به تخلفات و شکایات / ۱۹۷

بخش هفتم / ۱۹۸

نحوه ابلاغ، اجرا و تفسیر این دستورالعمل / ۱۹۸

بخش هشتم / ۱۹۹

استعلام‌های ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی / ۲۰۰

بخش نهم / ۲۱۳

مقدمه / ۲۱۴

فصل اول - انتخابات / ۲۱۴

فصل دوم - نظارت بر انتخابات / ۲۱۵

فصل سوم - شرایط کاندیداها و رأی‌دهندگان / ۲۱۶

فصل چهارم - اخذ رأی / ۲۱۷

فصل پنجم - شمارش آرا / ۲۱۸

فصل ششم - تأیید، ابطال انتخابات و اعلام شکایات / ۲۱۸

شیوه‌نامه انتخابات نمایندگان مدیران مسؤؤل نشریات دانشجویی در کمیته‌های ناظر

و شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت علوم تحقیقات و فناوری / ۲۱۴

بخش دهم / ۲۲۵

مقدمه / ۲۲۶

فصل اول - تعاریف / ۲۲۶

شیوه‌نامه انتخابات نمایندگان مدیران مسؤؤل نشریات دانشجویی در کمیته‌های ناظر

و شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت / ۲۲۶

فصل دوم - برگزاری انتخابات / ۲۲۷

فصل سوم - نظارت بر انتخابات / ۲۲۸

فصل چهارم - شرایط کاندیداها و رأی‌دهندگان / ۲۲۸

- فصل پنجم - انجام تبلیغات و اخذ رأی / ۲۲۹  
فصل ششم - شمارش آرا / ۲۳۰  
فصل هفتم - تأیید و ابطال انتخابات / ۲۳۱  
ماده ۲۲- موارد ابطال انتخابات عبارتند از: / ۲۳۱  
الف- اعلام شکایت و تخلف عمومی / ۲۳۳  
ب - صدور رأی کمیته ناظر / ۲۳۴  
ج- درخواست امتیاز نشریه / ۲۳۵  
د - نکات متفرقه / ۲۳۶

#### بخش نهم / ۲۴۷

- خانه نشریات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری / ۲۴۸  
واحد نشریات اداره کل فرهنگی وزارت بهداشت / ۲۵۰  
خانه نشریات دانشگاه آزاد اسلامی / ۲۵۳  
اداره نشریات دانشجویی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها / ۲۵۴

#### بخش دهم / ۲۵۵

- فرم‌های داوری جشنواره نشریات دانشجویی کشور / ۲۵۶



بخش اول

مقدمه

توسعه فن آوری ارتباطات و اطلاعات در آغاز قرن بیست و یکم و گسترش روز افزون آن، زمینه ایجاد تغییرات ژرف در جوامع مختلف را فراهم کرد؛ تا جایی که این تغییرات در ابعاد و بخش‌های مختلف، گریبانگیر بسیاری از کشورهای در حال توسعه گردید و همه امور زندگی، حتی فرهنگ و رسوم سنتی، نگرش‌ها، باورها و ایدئولوژی‌های ریشه‌دار آنها را تا حد زیادی دستخوش تغییر ساخت؛ از این رو زندگی بشر امروزی تحت تأثیر رشد و توسعه فزاینده فن آوری‌های نوین ارتباطی، در حوزه‌های مختلف، تا حد زیادی دستخوش دگرگونی شد؛ کشورهای صاحب فن آوری با بهره‌گیری از برتری علمی و فن آوری، بر دامنه نفوذ خود در کشورهای در حال توسعه و جهان سوم به شکل آرام و خزنده افزودند، تا جایی که نظریه‌ی اندیشمندان غربی مبنی بر «دهکده جهانی» در حال تحقق است، جهانی که در آن مرزهای جغرافیایی دیگر مانع ارتباط جوامع نیست و با درهم شکستن محدودیت مرزهای مکانی و زمانی، ارتباطات اجتماعی شکلی جهانی می‌یابد؛ در چنین دنیایی ابزار قدرتمند تکنولوژی ارتباطی به تعبیر برخی از متفکران غربی، در خدمت کشورهای برتر قرار می‌گیرد که مبدع و مبتکر این تکنولوژی‌ها هستند و کشورهای که سهمی در پیدایش فن آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی ندارند، در گذر زمان ناگزیر به دنباله روی و تقلید از جوامع پیشرفته می‌شوند؛ تداوم این روند منجر به پیدایش همان دهکده جهانی مورد نظر غربی‌ها خواهد شد که با ابزارهای مختلف آن را تبلیغ و ترویج می‌کنند.

رسانه‌های ارتباط جمعی به جهت ارتباط سریع، وسیع، مستمر، همزمان و ارتباط از راه دور با انبوه مخاطبان ناهمگون، بدون محدودیت زمانی و مکانی، ابزار اصلی تحقق اهداف کشورهای توسعه یافته هستند، رسانه‌هایی که همپای توسعه تکنولوژی‌های ارتباطی در کشورهای توسعه یافته، رشد و گسترش پیدا می‌کنند و حتی خود یکی از عوامل اصلی رشد در حوزه‌های دیگر هستند؛ تا جایی که قوی‌ترین مطبوعات، خبرگزاری‌ها، شبکه‌های رادیویی، تلویزیونی، ماهواره‌ای و تلویزیون کابلی، سایت‌های اینترنتی و... در اختیار کشورهای است که از برتری علمی برخوردارند و بیش از همه ادعای کنترل، هدایت و رهبری جهان را دارند.

از این رو دامنه تأثیرات رسانه‌های مختلف ارتباط جمعی، که نتیجه رشد تکنولوژیک کشورهای غربی است، دیگر محدود به کشورهای آنها نمی‌شود، بلکه با تمام توان خود به صورت هدفمند در راه جهانی‌شدن و جهانی‌سازی حرکت می‌کند، تا اراده و تفکر کشورهای توسعه یافته را بر دیگران تحمیل کند و بسیار آشکار است که رسانه‌ها نقش برگ برنده را در تحقق این آرمان ایفا می‌کنند، البته کشورهای دیگر نیز می‌توانند با سرمایه‌گذاری زیربنایی و ایجاد زیرساخت‌های لازم و بومی‌سازی تکنولوژی ارتباطی از آن در راستای تحکیم منافع خود استفاده کنند و به نوعی در راستای ترویج منافع ملی خود گام بردارند؛ چرا که رسانه‌ها و تکنولوژی ارتباطی وسیله و ابزار بسیار مهمی هستند که هر کشوری با فراهم کردن زمینه‌های استفاده، می‌تواند از آن بهره لازم را بگیرد.

اگر چه رسانه‌های ارتباط جمعی تا حد بسیار زیادی در خدمت کشورهای مبدع آن قرار دارند، اما هر کشوری که از اهمیت و قدرت این ابزار بسیار مفید و ارزشمند آگاه باشد و تدابیر و امکانات لازم برای استفاده از آن را متناسب با شرایط و فرهنگ سنتی کشور خود به کارگیرد، می‌تواند با تأثیرگذاری بر اقشار مختلف جامع و یکپارچه کردن مردم، منافع کشور خود را محقق سازد؛ از این رو رسانه‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در تحقق برنامه‌های دولت‌ها دارند و می‌توانند اقتدار حکومت و اتحاد ملی را برای تحقق توسعه پایدار به همراه داشته باشند و به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی، ابتدا شفاف‌سازی و به دنبال آن سلامت و سالم‌سازی را برای جامعه ارمنان آورند.

کشور ما نیز به‌عنوان یک کشور صاحب تمدن با گذشته‌ای افتخار آمیز، ارزش‌ها و باورهای فرهنگ و ایدئولوژی خاص خود را دارد، که متجانس با کشورهای غربی نیست و در بسیاری از موارد نیز در نقطه مقابل آنها قرار دارد، با در نظرگیری این واقعیت بهره‌گیری از ابزار رسانه



در ایران از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود، که باید به آن توجه بسیار جدی و خاص گردد. از زمان انتشار اولین روزنامه در ایران، تاکنون، ده‌ها سال می‌گذرد و در این مدت روزنامه‌ها در دوران حکومت‌های مختلف فراز و نشیب‌های زیادی را از سرگذراندند؛ حکومت‌های مختلف در این مدت آمدند و رفتند؛ در برخی دوره‌ها نیز رسانه‌ها توسط حکومت‌ها توقیف موقت یا دائم شدند تا مانع یکه‌تازی و استبداد رای آنها نباشند، اما در نهایت این رسانه‌ها بودند که با حمایت اقشار مردم به حیات خود در جامعه ادامه دادند و در فرایندی رو به توسعه تا به امروز در حیات اجتماعی ماندگار شدند؛ نه تنها ضعیف نشدند، بلکه تا به آنجا پیش رفتند که به‌عنوان یک نیاز اساسی و ضروری در زندگی مردم ظاهر شده و گسترش چشمگیری پیدا کردند.

در این بین رشد و توسعه روزافزون فن‌آوری‌های نوین ارتباطی نیز بر تحکیم بنیان رسانه‌ها در جوامع کمک شایانی کرد و چنان شد که امروزه صدها و هزاران روزنامه و مجله در موضوعات مختلف در کشورهای دنیا از جمله کشور ما منتشر می‌شوند، که بسته به توانایی فنی و حرفه‌ای گردانندگان، کم و بیش بر روی افکار عمومی و اقشار جامعه اثر می‌گذارند و هر رسانه‌ای می‌کوشد تا مخاطبان بیش‌تری را با خود همراه و همفکر کند. این رقابت کم و بیش در بین رسانه‌ها و مطبوعات کشور ما نیز وجود دارد.

در این بین نشریات دانشگاهی نیز به‌عنوان بخشی از خانواده رسانه، همگام با تاسیس دانشگاه در ایران و بنا به برخی شواهد، حتی قبل از پیدایش دانشگاه در ایران (توسط دانشجویان ایرانی مشغول به تحصیل در هند)، ظهور یافت و گاهی کم فروغ و گاهی نیز پر فروغ به فعالیت خود تا به امروز ادامه داد.

به طور حتم همگان اذعان دارند که انتظارات مخاطبان دانشگاهی و جامعه، از نشریات دانشگاهی بیش‌تر از توانایی و واقعیت موجود آنها است، در واقع این نشریات برای محقق کردن خواست‌ها و نیازهای مخاطبان خود، باید تلاش بیش‌تری به خرج دهند، تا بتوانند تأثیرگذاری لازم را در حوزه فعالیت خود داشته باشند.

نشریات دانشگاهی از این جهت که زبان گویا و سخنگوی قشر دانشگاهی کشور محسوب می‌شوند، از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند؛ از این رو فعالان نشریات، باید از توانایی فنی و علمی در این حوزه برخوردار بوده و حداقل به اصول کار در رسانه، آشنایی داشته باشند؛ متأسفانه تاکنون در حوزه نشریات دانشگاهی کار آموزشی و پژوهشی منسجم چندانی صورت نگرفته است و هر



از گاهی افراد علاقه‌مند به طور پراکنده با توانایی‌های خود گامی در این حوزه بر داشته‌اند. کتاب حاضر به سفارش خانه نشریات دانشگاهی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری برای نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی دانشگاه‌های کشور تألیف شده‌است، تا منبع آموزشی مناسبی برای دانشگاهیان علاقه‌مند به فعالیت در عرصه مطبوعات و رسانه‌های دانشگاهی باشد؛ در این منبع آموزشی، فرایند انتشار و مراحل مختلف کار در نشریات دانشگاهی، از ابتدای تصمیم و شروع، تا انتشار و فروش نشریه، با عنایت به تجربیات بیش از ۱۵ ساله مؤلف در نشریات دانشگاهی و تدریس در کلاس‌های آموزش روزنامه‌نگاری دانشگاه‌های مختلف ارائه شده‌است، تا کمکی برای فعالان و دست‌اندرکاران نشریات دانشگاهی کشور باشد؛ همچنین قوانین و ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، فرم‌های درخواست مجوز انتشار، اعلام نظر کمیته ناظر، استعلام صلاحیت متقاضی و... به همراه فرم‌های داوری جشنواره نشریات دانشجویی برای آگاهی بیش‌تر علاقه‌مندان در کتاب آمده است.

جا دارد از همکاری دوستان خوبم آقایان علینقی حبیبی، مصطفی رهبر و حمید کیهانی‌مهر در خانه نشریات دانشجویی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ خانه نشریات دانشجویی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و خانه نشریات دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی در معرفی ادارات نشریات صمیمانه تشکر کنم.

در پایان امید است، کتاب حاضر مورد استفاده علاقه‌مندان و دانشگاهیان عزیز قرار گیرد؛ تا گامی هرچند کوچک برای اعتلای جامعه دانشگاهی کشور عزیزمان برداشته شود.

با آرزوی مزید توفیقات الهی

امیر هوشنگ قلندری

۱۳۹۴

با رشد روز افزون فن‌آوری‌های ارتباطی در دنیای کنونی، هزاران رسانه مکتوب، صوتی و تصویری، شبکه‌های اجتماعی و سایر منابع ارتباطی با درنوردیدن مرزهای جغرافیایی و غلبه بر محدودیت مکان و زمان، زمینه‌ی تحولات وسیع اجتماعی و رشد سریع علمی و فنی را پدید آورده‌اند.

در این میان نشریات دانشگاهی بخش مهمی از اصحاب رسانه محسوب می‌شوند که به‌عنوان سخنگوی قشر دانشگاهی نقش مهمی در نظام اجتماعی جامعه ایفا می‌کنند و این نقش مهم از گذشته دور تاکنون پابرجا بوده است. سابقه فعالیت نشریات دانشگاهی به زمان تأسیس دانشگاه در ایران بر می‌گردد و در طول تاریخ نسبتاً طولانی خود با فراز و نشیب‌های زیادی همراه بوده است.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، این نشریات فضای جدیدی برای فعالیت به دست آوردند و البته در دوره‌های مختلف با واکنش‌های متفاوتی روبه‌رو بوده‌اند و حتی در برخی مواقع مورد بی‌مهری قرار گرفته‌اند. خوشبختانه اهتمام دولت یازدهم بر این بوده است که زمینه فعالیت بهتری برای نشریات دانشجویی فراهم نماید.

رشد دلگرم‌کننده کمی و کیفی نشریات دانشجویی در دو سال اخیر حاصل تلاش و حضور فعال دانشجویان اهل قلم و حمایت‌های مدیران دلسوز فرهنگی و دانشجویی دانشگاه‌های کشور بوده است، شکی نیست که تداوم این حرکت ارزشمند فرهنگی، آینده‌ی درخشان و اثرگذار نشریات دانشجویی بر جامعه دانشگاهی را در راستای آرمان‌های نظام مقدس اسلامی

نوید می‌دهد. به اذعان داوران جشنواره نشریات دانشجویی دانشگاه‌های کشور (تیر ۹۹) که از اساتید و مدرسان شناخته شده حوزه ارتباطات و رسانه هستند، برخی از آثار ارسالی دانشجویان در محورهای مختلف رقابت جشنواره، در سطح رقابت با رسانه‌های حرفه‌ای کشور قرار دارند و این جای بسی خوشحالی است که دانشجویان فهیم و پرشور ما، در کنار تحصیل خود فعالانه در امور مختلف ابراز عقیده و اظهار نظر می‌کنند. این حضور فعال دانشجویان در صحنه است که می‌تواند ذخیره ارزشمندی را برای اعتلای نام ایران اسلامی در آینده فراهم آورد، البته باید اذعان داشت که برای رسیدن به چنین آرمانی، مشارکت حداکثری و حضور فعالانه همه‌ی دانشجویان ضروری است.

نشریات دانشجویی جایگاه ویژه‌ای در فرایند شکوفایی علمی و فرهنگی جامعه دانشگاهی دارند و برای دست یافتن به منزلت شایسته خود، باید به‌سوی حرفه‌ای شدن گام بردارد و از اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و محتوای مناسب و فاخر برای ارسال پیام‌های خود استفاده کنند، زیرا رعایت اصول و قالب‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اثر مهمی در روند انتقال پیام به مخاطبان و تأثیرگذاری بر روی خوانندگان دارد.

استفاده هوشمندانه از خلاقیت‌های ویژه در جذب مخاطب و نیز به‌کارگیری قالب‌های متنوع، حرفه‌ای، مخاطب‌پسند، تولید فکر و اندیشه و... از موارد مهمی هستند که رعایت آن در هر رسانه به‌خصوص، نشریات دانشگاه تأثیر زیادی بر مخاطبان دارند. بنابراین نشریات دانشگاهی برای تولید علم و اندیشه و مقابله با آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی، باید در حوزه رسانه قوی‌تر عمل کرده و با تولید محتوا و خلق زیبایی بصری مطلوب، خود را به منبعی قابل اعتماد برای مخاطبان دانشگاهی تبدیل کنند.

باید در نظر داشت که نشریات دانشگاهی رسالت‌های خاص و مسؤولیت‌های ویژه‌ای دارند؛ نشریات دانشگاهی باید نمادی از الگوی اخلاقی یک دانشجوی مسلمان و ایرانی را عرضه کنند و در راستای خدمت به جامعه، ایجاد وفاق و تفاهم، ترویج فرهنگ ایثار، اتحاد، دوستی، همدلی، همکاری، نوع‌دوستی، اعتلای علمی، رشد و بالندگی در زمینه‌های مختلف اجتماعی، تکاپوی فکری، ترویج روحیه مسؤولیت‌پذیری، خودباوری، امید به آینده، ظرفیت‌پذیرش انتقاد و... هنر خود را به‌کار گیرند.

مهم‌تر آنکه با انتقادات سازنده و واقع‌بینانه، به‌دور از نگاه‌ها و گرایش‌های بسته جناحی، ارائه راهکارهای مؤثر برای حل مشکلات، اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی؛ زمینه‌ی حضور سالم، فعال، مفید، ثمربخش، سازنده و نشاط آور خود را در دانشگاه‌ها فراهم کنند.

در این راستا در دولت تدبیر و امید، مدیران فرهنگی و دانشجویی در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی، تمام تلاش خود را به کار بسته‌اند تا در حد توان یاریگر نشریات دانشگاهی باشند. برگزاری جشنواره نشریات دانشجویی و کارگاه‌های آموزش روزنامه‌نگاری، تسهیل فرایندهای حقوقی مرتبط با فعالیت در نشریات دانشجویی، شفاف‌سازی مکانیزم انتخاب نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی، برای حضور در کمیته ناظر، حمایت از نشریات برای چاپ، تکثیر و انتشار الکترونیکی و... بخشی از برنامه‌های حمایت از نشریات دانشجویی است که در آینده نیز به یاری خداوند افزایش خواهد یافت.

با اذعان به اینکه یکی از راهکارهای دستیابی به نشریات کیفی در دانشگاه‌ها، آموزش اصول روزنامه‌نگاری به دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی است، کتاب حاضر برای توزیع در جشنواره تیترا ۹ توسط مؤلف آن تالیف شده است، تا به‌عنوان یک منبع آموزشی برای ارائه آموزش‌های لازم به دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی، مورد استفاده قرار گیرد و گامی برای کمک به دانشجویان علاقه‌مند به فعالیت در مطبوعات دانشگاهی در راستای حرکت به سمت حرفه‌ای شدن باشد، که امید است مؤثر واقع شود.

در پایان برای مؤلف محترم کتاب، دانشجویان گرانقدر و همه پویندگان علم و اندیشه از درگاه خداوند آرزوی موفقیت و بهروزی می‌نمایم.

**سید ضیاء هاشمی**

**معاون فرهنگی و اجتماعی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری**



بخش دوم

## تاریخ چاپ روزنامه نگاری

## تاریخچه روزنامه‌نگاری

تردیدی نیست که نام میرزا صالح شیرازی با ظهور روزنامه‌نگاری در ایران عجین است و هر جا که پای روزنامه‌نگاری و پیدایش آن در میان باشد، نام میرزا صالح شیرازی نیز می‌درخشد، چرا که بنیانگذاری اولین روزنامه ایران، در سال ۱۲۱۶ هجری شمسی (مصادف با محرم سال ۱۲۵۳ هجری قمری و ۱۸۳۷ میلادی) توسط میرزا صالح شیرازی (دانش‌آموخته رشته زبان انگلیسی و فن ترجمه از کشور انگلیس)، برای کشور آنقدر مهم بود، که نام او را در تاریخ مطبوعات ایران ماندگار کند.

او موفق شد با همکاری دربار، روزنامه «کاغذ الاخبار»، را در دوران سلطنت محمد شاه قاجار منتشر کند، که سنگ بنای کار رسانه در ایران محسوب می‌شود، در آن دوره که اخبار به صورت چهره به چهره یا به وسیله ارسال نامه در گذر زمان انجام می‌شد، پیدایش ابزاری که بتواند ویژگی رسانه را داشته و اخبار مختلف را به طور مستمر، منظم، سریع، گسترده و همزمان برای انبوهی از مخاطبان منتشر کند، با توجه به فقدان ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای، تحولی بسیار عظیم به شمار می‌رفت، البته پس از سه سال (۱۲۵۳ تا ۱۲۵۶) انتشار این روزنامه متوقف شد.

دومین روزنامه ایران، توسط امیر کبیر صدراعظم ناصرالدین شاه (چهارمین پادشاه قاجار و فرزند محمد شاه که طولانی‌ترین دوره پادشاهی را بین خاندان قاجاریه بر ایران داشت)، پایه‌گذاری شد؛ این روزنامه با نام «وقایع اتفاقیه» در سال سوم سلطنت ناصرالدین شاه قاجار (۱۸ بهمن ۱۲۲۹ هجری شمسی برابر با ۱۸۵۱ میلادی) منتشر شد. به دستور امیر کبیر اشتراک روزنامه

برای کارمندان دولت که بیش از ۲۰۰ تومان حقوق می‌گرفتند، اجباری بود. این روزنامه اخبار داخلی، شامل: خبرهای مربوط به دربار، عزل و نصب‌ها، اعطای مقام‌ها، نشان‌ها و امتیازات را چاپ می‌کرد؛ در برخی شماره‌های آن نیز اخبار رویدادهای شهرهای ایران و در بخش اخبار خارجی، اخبار مربوط به کشورهای اروپایی به چاپ می‌رسید؛ همچنین این روزنامه دارای چهار تا هشت صفحه، از جمله صفحه حوادث بود.

پس از دوران مشروطه، روزنامه‌های «صوراسرافیل»، «مساوات»، «حبل‌المتین» و «روح‌القدس» پا به عرصه مطبوعات گذاشتند.

در اوایل سلطنت رضاخان روزنامه‌های «اطلاعات»، «حصار»، «عدل»، «تجدد»، «ایران»، «آزادگان»، «آینده ایران» و... منتشر شدند. با توسعه تکنولوژی ارتباطی و صنعت چاپ در ایران تعداد روزنامه‌ها و شمارگان آنها نیز افزایش یافت و این روند رو به صعود، تا به امروز ادامه داشت که تعداد آنها به صدها روزنامه و مجله در ابعاد مختلف رسیده است که هر روزه در گیشه‌های روزنامه‌فروشی شاهد انتشار اخبار و توزیع آنها هستیم.

### مطبوعات در رقابت با دیگر رسانه‌های خبری

روزنامه‌ها اولین ابزار و کانال ارتباطی به‌عنوان رسانه ارتباط جمعی بودند، که امکان انعکاس اخبار و رویداد مختلف را در زمانی اندک، با سطحی وسیع و مستمر برای انبوه مخاطبان ناهمگون فراهم کردند، اما با توسعه دانش بشری و خلق فن‌آوری‌های جدیدتر، مانند: تلگراف، تلفن، سینما، رادیو، تلویزیون، رایانه، فن‌آوری ارتباط راه دور، خبرگزاری‌ها، اینترنت و... باعث شد، تا خوانندگان مطبوعات بین سایر رسانه‌ها تقسیم شوند، با این وجود، در قرن بیست و یکم، روزنامه‌ها، همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند و در میدان رقابت با سایر رسانه‌ها، خوانندگان خود را راضی نگه می‌دارند؛ چرا که مطبوعات در ادوار مختلف توانستند با بهره‌گیری از فن‌آوری روز توسعه یافته و خود را با علایق و نیازهای خوانندگان هماهنگ کنند. پیشرفت صنعت و تکنولوژی در زمینه‌های ارسال خبر، صنعت چاپ، امکانات رسانه‌ای، کادر فنی و حرفه‌ای، تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مورد نیاز و... تحولی عظیم در مطبوعات به وجود آورد، که دامنه فعالیت آن را بسیار جذاب‌تر و مخاطب‌پسندتر از گذشته کرده است و موجب شد در میدان رقابت با رقبای قدرتمندی چون رادیو و تلویزیون، خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری، همچنان خوانندگان خود را حفظ کند.

این رشد با استفاده از فن‌آوری نوین چاپ، شیوه‌های حرفه‌ای پردازش خبر و نویسندگی، همچنین به‌کارگیری تکنولوژی پیشرفته در انتقال سریع و راه دور اخبار مضاعف شد و دریچه‌ای

جدید برای توسعه هرچه بیش تر مطبوعات باز کرد.

در این فرایند نرم افزارهای متعدد طراحی و صفحه‌آرایی و کسانی که در عرصه مطبوعات کار می‌کردند در پربارتر شدن و گسترش هرچه بیش تر دامنه فعالیت مطبوعات بسیار مؤثر بودند و نقش مهمی در جذب مخاطب ایفا کرده‌اند. که در این میان دست اندرکاران بخش‌های مختلف نشریات، اعم از سردبیر، خبرنگار، نویسنده، گرافیک‌ساز و صفحه‌آرا، عکاس و... سیر رو به رشد عرصه مطبوعات را کامل کردند.

### نشریات دانشجویی و دانشگاهی

نشریات دانشگاهی مختص به مراکز و محیط آموزش عالی است و محتوای کلیه نشریاتی که به صورت ادواری، گاهنامه یا تک شماره و به شکل نشریات الکترونیکی یا سایبری که با نام ثابت و تاریخ نشر، در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، علمی، اقتصادی، هنری، ادبی و ورزشی توسط هر یک از دانشجویان، تشکلهای و نهادهای دانشگاهی، استادان و اعضای هیأت علمی یا گروهی از آنها در دانشگاه‌ها منتشر و در محدوده دانشگاه‌ها توزیع شود، نشریه دانشگاهی محسوب می‌شود.

به صورت عمده نشریات دانشجویی که توسط دانشجویان ایجاد می‌شود، دارای محوریت مسائل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و غیره است.

دانشگاهیان انتقادات سازنده و راهکارهای رفع مشکلات و یا محتوای علمی در رشته‌های مختلف را در نشریات منتشر می‌کنند.

اگرچه تاریخچه روشنی از پیدایش نشریات دانشجویی کشور در دست نیست، اما با استفاده از تجربیات و گفته‌های افرادی که پس از پیدایش اولین دانشگاه در ایران (دانشگاه تهران سال ۱۳۱۳) هوداست، که از همان زمان نشریات دانشجویی اندک اندک فعالیت خود را آغاز کرده‌اند و این روند تا به امروز ادامه داشته و در هر دوره‌ای با فراز و نشیب زیادی همراه بوده است.

فضای دانشگاه و نشریات دانشجویی در ایران تا حد زیادی تحت تأثیر رسانه‌های سراسری جامعه می‌باشند و فراز و نشیبها و موج‌های دوره‌ای رسانه‌های کشور، نشریات دانشجویی را نیز در بر می‌گیرد.

در حال حاضر صدها نشریه دانشجویی در مراکز مختلف دانشگاهی زیر مجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه پیام نور، مراکز آموزش عالی و... در زمینه‌های مختلف فعالیت می‌کنند و موفقیت هر یک



از این نشریات بستگی به فرد یا افراد فعالی دارد که با اصول روزنامه‌نگاری آشنایی داشته و با تشکیل گروه منسجم در پی انتشار نشریه هستند. متأسفانه با وجود سابقه چند دهه انتشار نشریه دانشگاهی، هنوز هم ساز و کار مشخصی برای تشویق و حمایت سازمان یافته از نشریات دانشگاهی از سوی مسؤولان دانشگاه‌های کشور وجود ندارد، چرا که حمایت از نشریات دانشگاهی برای گرفتن امکانات، به ارتباط و توانایی اعضای نشریات برای چانه زنی و مزاج مسؤولان دانشگاه دارد و در هر دانشگاهی به شکل خاص خود رفتار می‌شود، اگر چه صدور دستورالعمل ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی از سال ۱۳۸۳ سعی کرده خلا موجود را بر طرف کند، با این وجود در عمل هنوز نتوانسته پاسخگوی همه مشکلات در راه انتشار منظم و منسجم نشریات دانشگاهی باشد.

انتظار می‌رود با برگزاری جشنواره‌های مختلف نشریات دانشگاهی سراسر کشور و توجه بیش‌تر مسؤولان مربوطه، ضوابط شفاف و مشخص برای فعالیت نشریات دانشگاهی دانشگاه‌های مختلف کشور تبیین و تعیین گردد و دانشگاه‌ها نیز مقید به همکاری با دانشجویان و اساتید فعال در حوزه رسانه و نشریات شوند.

### شرایط شخص فعال در عرصه نشریات و رسانه

باید عنایت داشت کسانی که در بخش نشریات دانشجویی فعالیت می‌کنند، ابتدا یک دانشجو هستند و شغل اصلی آنها تحصیل و آموختن دانش است و در کنار کسب دانش، فعالیت در نشریه دانشجویی را به‌عنوان فعالیت مکمل تحصیل و هنر فرعی انتخاب می‌کنند، لذا نباید این فعالیت مکمل موجب تضعیف کار اصلی دانشجو شود، که با برنامه‌ریزی درست می‌توان در هر دو زمینه موفق شد.

بدیهی است که امروزه فعالیت در عرصه رسانه بسیار توسعه یافته و به یک حرفه تخصصی تبدیل شده است و نشریات دانشگاهی نیز مخاطبان خاص بخشی از حوزه رسانه محسوب می‌شوند و برای فعالیت موفق در آن باید با اصول و مبانی کار آشنا شد که مستلزم گذراندن دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری است که به صورت کوتاه مدت و بلند مدت برگزار می‌شود. از این رو اگر تحصیلات اشخاص فعال در نشریات دانشگاهی مرتبط با حوزه رسانه و مطبوعات نباشد، باید دوره‌های روزنامه‌نگاری یا خبرنگاری را بگذرانند.

شم‌خبرنگاری، علاقه و استعداد نیز شرط موفقیت در این حرفه محسوب می‌شود. چرا که هنوز توانایی شخصی، قدرت قلم، خلاقیت، شم‌خبرنگاری و تجربه اشخاص، حرف اول را در این عرصه می‌زند.

### ویژگی‌های روزنامه‌نگار و نویسنده رسانه‌ای

خبرنگار باید صبور، منطقی، پرحوصله، دقیق، موشکاف، باهوش و سریع‌الانتقال باشد و در تهیه خبر و محتوا از منافع شخصی و حب و بغض، طرفداری از اشخاص، حزب، گروه، جایگاه، جناح خاص دوری کند و از تنظیم خبرهای احساسی و جانبدارانه بپرهیزد. خبرنگار باید با بینش عمیق، منطقی و عقلانی واقعیت‌ها را ببیند و به شکل عینی و واقعی به رشته تحریر درآورد. رعایت حریم خصوصی، حرمت و آبروی اشخاص خبرساز نیز برای خبرنگار ضروری و لازم است؛ در یک کلام خبرنگار باید اخلاق مدار باشد و حقوق انسانی و بشری افراد را رعایت کند.

### ویژگی‌های روزنامه‌نگار و نویسنده در نشریات دانشگاهی

دست‌اندرکاران و فعالان نشریات دانشگاهی برای فعالیت در نشریات باید با اصول خبرنگاری، گزارش نویسی، مقاله‌مطبوعاتی، شیوه‌های انجام مصاحبه، دستور زبان فارسی، گرافیک مطبوعاتی، دستورالعمل و قوانین ناظر بر نشریات دانشگاهی و مدیریت برای چگونه منتشر کردن نشریه آشنا باشند که در ادامه این کتاب توضیح داده می‌شود.

### توسعه فن کاغذسازی و صنعت چاپ در ایران

در قرن دوم میلادی برای اولین بار چینی‌ها و کره‌ای‌ها با استفاده از ماده اولیه سلولز، موفق شدند کاغذ تولید کنند که کاغذهای امروزی شکل تکامل یافته آن کاغذ امروزی را داشت، ایرانیان نیز با تبعیت از کشورهای شرق آسیا و فاصله زمانی اندکی به توانایی تولید کاغذ دست یافتند و در شمار اولین کشورهای تولیدکننده کاغذ قرار گرفتند. صنعت کاغذسازی در ایران به سرعت گسترش پیدا کرد و رونق یافت، اما بر خلاف صنعت کاغذسازی، صنعت چاپ سالیان سال طول کشید، تا به تدریج و با حرکتی بسیار آرم در ایران رونق پیدا کند. پیدایش و توسعه صنعت چاپ در ایران هیچگاه سرعت توسعه کاغذسازی را نداشت. صنعت کاغذسازی اختراعی بود که از کشورهای شرق آسیا وارد ایران شد، اما صنعت چاپ که در ابتدا در حد فن چاپ، بسیار محدود بود، به‌عنوان بخشی از میوهی انقلاب صنعتی تمدن غرب و اروپا وارد ایران شد.

بر اساس مدارک و شواهد، ۱۹۰ سال بعد از اختراع گوتنبرگ، که در آلمان ماشین چاپ با حروف متحرک را اختراع کرد (در سال ۱۶۳۹ میلادی)، اولین ماشین چاپ وارد ایران (جلفای اصفهان) شد. ابتکار وارد کردن ماشین چاپ به ایران، دست‌آورد بزرگ دوران صفوی و سلطنت

شاه عباس کبیر به‌شمار می‌رود، که توسط ارامنه جلفای اصفهان انجام شد. در سال ۱۶۷۰ دومین ماشین چاپ توسط گروهی ارامنه وارد جلفا شد و شروع به کار کرد. در اواخر سلطنت صفویه و سال‌ها بعد در زمان سلطنت نادرشاه افشار تا آغاز سلسله قاجاریه، چندین ماشین چاپ کوچک دیگر توسط میسیون‌های مذهبی و اروپایی‌ها در نقاط مختلف ایران به ویژه سواحل جنوب و نزدیک خلیج فارس دایر شد، تداوم توسعه ماشین‌های چاپ بسیار کوتاه بود و به علت اختلالات داخلی و جریان‌ات سیاسی و مذهبی که اغلب با اغتشاش‌ها در کشور همراه بود و صنعت چاپ در ایران مجال توسعه مداوم، مستمر و رو به رشد متوازن را پیدا نکرد.

### عصر گوتنبرگ

گوتنبرگ با اختراع ماشین چاپ اولیه، که براساس حروف برجسته سربی و مرکب کار می‌کرد، سومین انقلاب ارتباطی زندگی بشری را بعد از اختراع زبان و حروف الفبا بنا نهاد، تأثیر ماشین چاپ در جوامع غربی آنقدر عمیق بود که بسیاری از پژوهشگران نام دوران اختراع و توسعه چاپ را عصر گوتنبرگ گذاشتند، چرا چاپ کتاب‌های مختلف به‌عنوان ذخایر علمی و دینی و به دنبال آن چاپ روزنامه‌ها و مجلات مختلف باعث شد تا میزان با سوادان به سرعت افزایش یابد و مردم نسبت به زمان گذشته، آگاه‌تر شوند؛ ماشین چاپ موجب انتشار کتاب‌های مختلف شد و به دنبال آن مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها گسترش یافتند و زمینه توسعه علمی در جوامع مختلف فراهم شد. حدود یک قرن بعد از اختراع ماشین چاپ، مطبوعات نیز متولد شدند و در روند رو به رشد اواسط قرن شانزدهم، سراسر اروپا را پوشش دادند و جذابیت مطبوعات باعث شد تا در پی کشورهای غربی و اروپایی، کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ما نیز استقبال چشمگیری از مطبوعات داشته باشند؛ از این رو مطبوعات با سرعت جای پای خود را در تمام کشورهای جهان باز کردند و به‌عنوان یک نیاز اساسی زندگی جلوه‌گر شدند. امروزه هزاران روزنامه به برکت اختراع ماشین چاپ گوتنبرگ در سراسر جهان منتشر می‌شوند.

### نشریات الکترونیکی

در قرن هفدهم نشریات ادواری در سطح گسترده پا به عرصه زندگی گذاشتند، هم‌زمان با آن نیاز به تحلیل مستمر مقاله‌های منتشر شده در مجلات برای کمک به دانشجویان و متخصصان امور فنی جهت آگاهی از آخرین پیشرفت در زمینه‌های مختلف ضرورت پیدا کرد.

### مزایای منابع اطلاعاتی الکترونیکی بر چاپی

نشریات الکترونیکی تا حد زیادی از اسناد کاغذی که چاپ می‌شوند، متفاوتند و دارای ویژگی‌های زیر هستند:

- اسناد الکترونیکی مانند اسناد چاپی «محلی» نیستند. با توسعه فن‌آوری ارتباطات راه دور، و رقمی شدن اطلاعات، مدارک و اسناد به شکل الکترونیکی ذخیره شده و با غلبه بر محدودیت مکانی و جغرافیایی، از نقاط بسیار دور قابل بازخوانی و استفاده هستند؛
- افراد مختلف در هر جایی که باشند، می‌توانند همزمان از مدارک ذخیره شده الکترونیکی استفاده کنند و محدودیت رسانه‌های چاپی را ندارد. هرکسی با داشتن یک رایانه یا تلفن همراه هوشمند و داشتن آدرس اینترنتی می‌تواند به اطلاعات مورد نظر دسترسی داشته باشد؛

- اسناد الکترونیکی به سادگی نسخه‌برداری شده و قابل کپی‌برداری هستند؛
- اسناد الکترونیکی از انعطاف‌پذیری زیادی برخوردارند، ویرایش، بازاریابی، شکل‌دهی مجدد و ترکیب اطلاعات با سایر اسناد به سادگی امکان‌پذیر است؛
- مدارک الکترونیکی از نسخه‌های کاغذی کم‌حجم‌تر هستند، حتی گرایش به سمت فشردگی بیش‌تر اطلاعات در آینده است؛
- رایج‌ترین مزیتی اسناد الکترونیکی بر نوع چاپی، سهولت استفاده از منبع الکترونیکی است که قابلیت‌های خاصی برای جست‌وجو دارد؛
- منابع الکترونیکی از مزیت روز آمدی و جاری بودن برخوردارند، زیرا در مقایسه با نمونه چاپی خود، در فاصله‌های کوتاه‌تری روز آمد می‌شوند؛
- منابع الکترونیکی فضای کمتری را در کتابخانه‌ها و مراکز ذخیره اطلاعات اشغال می‌کنند؛
- منابع الکترونیکی کمتر و دیرتر از بین می‌روند، درحالی‌که مواد چاپی با گذر زمان زودتر از بین می‌روند.



بخش سوم

## فریندانتشار نشریات کنش گاہ

## فرایند فعالیت در نشریات دانشگاهی

وجود بیش از چهار میلیون نفر دانشجو در مراکز مختلف آموزش عالی سراسر کشور شرایط ویژه‌ای را فراهم کرده‌است، تا نقش این قشر اثرگذار و گرانسنگ در تحولات و راهبردهای سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، آموزشی، دفاعی و غیره بیش از گذشته محسوس باشد، افزایش تعداد دانشجویان و در پی آن نقش آفرینی بیش‌تر دانشجویان در تعاملات حال و آینده‌ی امور کشور بر کسی پوشیده نیست، چرا که اداره امور مختلف کشور در آینده نه چندان دور به دست فارغ‌التحصیلان همین دانشگاه‌ها خواهد افتاد که در حال حاضر به تحصیل اشتغال دارند. حال اگر به این جمع، اساتید و مدرسان دانشگاه‌ها را نیز اضافه کنیم به طور حتم این اثرگذاری بسیار بیش‌تر و مهم‌تر خواهد شد.

در این بین نشریات دانشگاهی به‌عنوان سخنگوی قشر فرهیخته و دانش‌آموخته دانشگاهی، نقش مهمی را ایفا می‌کنند و به‌عنوان رسانه ارتباط جمعی دانشگاهیان محسوب می‌شوند که توسط دانشجویان و اساتید در زمینه‌های مختلف منتشر می‌شود.

در دنیای توسعه یافته امروزی، با پیشرفت فن‌آوری در عرصه‌ها و علوم مختلف و ظهور رسانه ارتباط جمعی آنهم به اشکال مختلف زندگی جوامع مختلف تا حد زیادی تحت تأثیر فضای ارتباطی جدید قرار گرفته است.

فن‌آوری ارتباط از راه دور و رسانه‌های ارتباط جمعی در قرن بیست یکم به ابزاری برای سلطه کشورهای توسعه یافته بر جوامع جهان سوم و در حال توسعه تبدیل شده‌است.

کشورهای غربی با استفاده از برتری علمی و تکنولوژیکی و بهره‌گیری از «ابزار رسانه» که برخی از دانشمندان حوزه ارتباطات آن را «سلاح صلح» نامیده‌اند، در کمال آرامش خود را بر بسیاری از کشورهای در حال توسعه تحمیل کرده‌اند. در راستا کشورهای که از توان علمی و قدرت رسانه ارتباط جمعی کمتری برخوردارند، زودتر از سایر کشورها، فرهنگ بومی و ملی خود را وا داده و فرهنگ غربی را پذیرفته‌اند و نظریه‌ی مک لوهان اندیشمند مشهور حوزه ارتباطات غرب، مبنی بر تحقق دهکده جهانی را محقق کرده‌اند که رهبری این دهکده جهانی بر عهده کشورهای غربی است. از این رو هر جامعه‌ای که بخواهد بر فرهنگ خود استوار بماند، به دو ابزار علم و رسانه‌های ارتباط جمعی به‌عنوان اساس کار بیش از هر چیزی نیاز دارد. که هر دو ابزار پیشرفت به دست دانشگاهیان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها محقق می‌شود. از این رو دانشگاهیان نقش بسیار حساسی دارند که باید به آن عنایت داشت.

نقش تأثیرگذار و تعیین‌کننده رسانه‌ها بر جوامع و اقشار مختلف دیگر بر کسی پوشیده نیست؛ رسانه‌ها، منشا ذهنیت‌سازی مخاطبان برای آموزش، فرهنگ‌سازی، جهت‌گیری و اطلاع‌رسانی مؤثر در جامعه هستند و می‌توانند احساسات و عواطف مخاطبان خود را تا حد زیادی سمت و سو دهند. در این بین نشریات دانشگاهی نیز به‌عنوان بخشی از خانواده بزرگ رسانه که در حوزه مهم و خاص دانشگاه‌ها فعالیت می‌کنند نیز نقش مهمی دارند. دست‌اندرکاران نشریات دانشگاهی نیز باید همچون رسانه‌های جامعه بر اساس اصول و قواعد روزنامه‌نگاری و با ساختار مدیریتی هدفمند فعالیت کنند تا بتوانند نقش کارکرد مؤثرتری در راه تحقق آرمان جامعه دانشگاهی کشور ایفا کنند. از این رو یکی از شرایط لازم برای نشریات دانشگاهی وجود مدیر لایق و توانمند و فراهم کردن ساختار مدیریتی هدفمند در کار انتشار نشریه است.

هر چند که دانشجویان و دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی به طور خودجوش و داوطلبانه، بدون دریافت هیچ پاداش یا حقوقی، از روی علاقه و تمایل شخصی در نشریات فعالیت می‌کنند، با این وجود باید از کارهای هیأتی بدون انسجام، بی‌برنامه و بدون ساختار خودداری کنند؛ چرا که فعالیت داوطلبانه در نشریات دانشگاه می‌تواند تمرینی برای مدیریت آنان باشد تا با کسب تجربه در این فعالیت به مدیری کارآزموده تبدیل شده و در آینده شغلی خود در اجتماع از تجربیات خود بهره‌گیرند.

بدیهی است کار انتشار نشریه دانشگاهی نیز مانند هر حرفه و شغل دیگر نیاز به هدفگذاری، علم، دانش، شناخت کار، طرح و برنامه‌ریزی، مدیریت سازمان یافته، خلاقیت همراه با تدبیر، نظارت مستمر و ارزیابی و... دارد؛ یک مدیر مؤثر و کارا در نشریات دانشگاهی با تقویت این موارد و



جلب مشارکت دانشجویان، زمینه‌های تنوع و خلاقیت را هم در خود و هم در دیگر فعالان نشریه تقویت می‌کند. در این بخش به بحث مدیریت در نشریات دانشگاهی و اینکه چگونه می‌توان نشریه دانشجویی منتشر کرد، پرداخته می‌شود. قبل از هر چیز باید تعریفی از علم مدیریت و مدیریت در نشریه یا رسانه داشته باشیم.

مدیریت یک هنر بین رشته‌ای است، از این رو تعاریف مختلف، اما نزدیک به هم از مدیریت وجود دارد، که در ادامه به چند تعریف از مدیریت اشاره می‌شود.

«مدیریت» در لغت به معنی عمل یا فن اداره کردن، توانایی اداره کردن مهارت‌های اجرایی و کارگری در اداره و امثال آن است و در اصطلاح مدیریت عبارت است از: هماهنگ ساختن نیروی مادی و انسانی جهت رسیدن به اهداف با امکانات موجود و حداقل مصرف انرژی در کوتاهترین زمان.

«مدیریت»، فرایند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه‌ریزی و سازماندهی منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای نیل به اهداف مشخص و مشترک سازمانی و بر اساس نظام ارزشی صورت می‌گیرد.

«مدیریت»، عبارت است از علم و هنر هماهنگی کوشش‌ها و مساعی اعضای سازمان و استفاده از منابع برای نیل به اهداف معین و یا برنامه‌ریزی، سازماندهی، کنترل و نتیجه‌گیری مطلوب.

«مدیریت»، علم رسیدن به هدف، از طریق استفاده بهینه از امکانات و شرایط موجود را گویند.

«مدیریت»، در عرصه نشریات و مطبوعات را می‌توان، علم و هنر ایجاد فضای تعاملی بین رسانه و مخاطبان به وسیله انتقال اطلاعات و اخبار در اسرع وقت با استفاده بهینه از امکانات مادی و انسانی موجود به منظور اثرگذاری و جهت دهی تعریف کرد. مدیریت در رسانه به بررسی اصول و روش‌های موفقیت مطبوعات می‌پردازد.

بدیهی است که داشتن تجربه، آگاهی و دانش کار رسانه‌ای، اولین شرط یک مدیر موفق در حوزه رسانه است که بر اساس آن هدف را تعیین کرده و در راستای هدف طراحی و برنامه‌ریزی می‌کند. از این رو مدیر یک نشریه دانشجویی یا دانشگاهی ابتدا باید هدف از انتشار نشریه در دانشگاه و رسالت اصلی آن را تبیین کند.

### رسالت رسانه‌ها در جوامع

رسانه‌ها از جمله نشریات دانشگاهی و مطبوعات در جوامع پنج رسالت و کارکرد اصلی دارند، که عبارت است از:

- اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی؛



- آموزش و تحلیل؛

- تبلیغات؛

- سرگرمی و اوقات فراغت؛

- همگن سازی، جهت دهی و هدایت افکار.

با توسعه فن آوری ارتباطات و ظهور قدرتمند رسانه‌های جدید الکترونیکی و سایبری با استفاده از فضای مجازی، برقراری تعامل بین دو سوی ارتباط (رسانه و مخاطب) به موارد ذکر شده اضافه شد و سبب دگرگونی در مفاهیم سنتی ارتباطات و رسانه گردید.

### اطلاع رسانی و آگاهی بخشی

نشریات دانشگاهی بر اساس رسالت آرمانخواهانه خود می‌توانند با انعکاس رویدادها و وقایع درون دانشگاه و تا حدی خارج دانشگاه به شکل خبر، گزارش، مصاحبه و... مخاطبان خود را در جریان رویداد قرار دهند. اطلاع رسانی خود موجب تنویر افکار مخاطبان و آمادگی ذهنی آنها برای مشارکت و پویایی بیش‌تر در موضوعات مختلف می‌شود. این مهم پویایی و نشاط دانشگاه را نیز به دنبال خواهد داشت. مخاطبانی که اخبار و محتوای نشریات را می‌خوانند و با جدیت علل رویداد را دنبال می‌کنند، بهترین ضمانت اجرایی برای سالم سازی حوزه رویداد هستند. چرا که فشار افکار عمومی، ضمانت اجرایی نشریات برای سالم سازی جامعه و جلوگیری از اشتباه و خطا کاری و فشار بر مقامات مسؤول برای پیگیری است.

### آموزش و تحلیل

یکی از وظایف رسانه‌ها ایجاد نگرش و تفکر نسبت به رویدادها و ریشه‌یابی علل به وسیله تحلیل کردن حوادث و ارتباط بین آنها برای آگاه‌سازی است. آموزش نیز به صورت خبر، مقاله، گزارش، مصاحبه، پند و اندرز، مطلب خاص و... در زمینه‌های مختلف علمی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و... موجب افزایش دانش، آگاهی و اطلاعات عمومی خوانندگان می‌شود. یکی از انتقاداتی که دانشمندان علوم ارتباطات و رسانه از مطبوعات و رسانه‌های فعلی دارند این است که بخش زیادی از محتوای رسانه‌ها به جای اینکه به تجزیه و تحلیل موضوعات و رویدادها بپردازد، فقط به انعکاس اخبار و گزارش‌های صرف می‌پردازد که این موضوع باعث می‌شود، که مخاطبان در مقابل رویدادها بی‌تفاوت و خنثی باشند. در حالیکه انتظار می‌رود رسانه‌ها با تحلیل و موشکافی موضوعات، ذهن مخاطب را نسبت به رویدادها حساس کرده و آنها را ترغیب به تأمل و واکنش در قبال رویداد کنند.

### همگن سازی، جهت دهی و هدایت افکار

نهادینه کردن تفکر فرد یا گروه خاص، توسط رسانه‌های ارتباط جمعی، در جامعه به شکلی که منجر به تحقق عملی خاص یا تغییر در وضعیت موجود شود. این تغییر ممکن است، در عرصه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... باشد، اگر این تغییر از سوی جوامع پیشرفته بر جوامع در حال توسعه اعمال شود، می‌توان از آن به‌عنوان جنگ نرم یاد کرد، اما در داخل هر کشور نیز گروه، احزاب و جناح‌های مختلف بر سر به دست آوردن آرای اکثریت، به منظور مشروعیت بخشیدن به خود در پی جلب نظر افکار عمومی هستند و رسانه‌ها ابزار قدرتمند و مستعدی برای تحقق خواست‌ها است. هر رسانه‌ای که در سطح جامعه منتشر می‌شود بر اساس منافع افراد یا گروه‌هایی که با سرمایه گذاری و فراهم کردن شرایط لازم زمینه انتشار آن رسانه را فراهم کرده‌اند، سعی دارد تا افکار عمومی را در جهت مورد نظر خود هدایت کند. این سودهی و هدایت افکار اغلب در زمان برگزاری انتخابات ریاست جمهوری، مجلس، شوراهای شهر و غیره آشکارتر از هر زمان دیگر ظهور و بروز پیدا می‌کند؛ البته رسانه‌های دولتی در این بین باید از جانب‌داری به نفع شخص، گروه، جناح و... خودداری کنند و اصل بی‌طرفی خود را در راستای منافع ملی حفظ کنند. اما رسانه‌های خصوصی در این میدان رقابت نقش اصلی و موضع دهنده را ایفا می‌کنند، بدیهی است که هر نامزد انتخاباتی برای بیان دیدگاه و مثبت جلوه دادن خود برای جلب آرای عمومی نیاز به ابزار مهمی چون رسانه دارد تا با انبوه مخاطبان در زمان اندک ارتباط برقرار کرده و برنامه‌های خود را معرفی کند.

### تبلیغات

تبلیغات اولین بار در سال ۱۶۲۲ توسط پاپ اوربان هشتم و کشیش کاتولیک مسیحی پاپ گری گوری برای ترویج دین مسیحیت استفاده شد که در مناطق غیر مسیحی جهان گردهمایی تبلیغاتی به راه می‌انداختند. در آن زمان کاتولیک‌ها این کار را نوعی از آموزش بر می‌شمردند و در مقابل اصلاح‌طلبان آن زمان از تبلیغ برای ترویج ایمان استفاده می‌کردند. این نوع تبلیغات در حوزه سیاسی گسترش یافت و پروپاگاندا نام گرفت. تبلیغات سیاسی شکلی از ارتباط است که هدف آن نفوذ بر گرایش یک جمع یا جماعت و هدایت آنها به پذیرش موضع مورد نظر مبلغ سیاسی است. تبلیغات پروپاگاندا شکلی از ارتباط است که با ترغیب یا اقناع مورد نظر رسانه‌ها متفاوت است، زیرا هدفش این است تا به پاسخی دست یابد که قصد مبلغ را تداوم بخشد.

اقتناع یا ترغیب، به مثابه یک فعال کننده دوسویه عمل می‌کند و هدف آن پاسخگویی به نیازهای ترغیب‌کننده و ترغیب‌شونده است.

در این صورت منافع شخصی در بین نیست، بلکه آگاهی بخشی، آموزش، تحلیل آگاهانه رویدادها، اطلاع‌رسانی و... در سطح جامعه مورد نظر است و نفع آن به کل جامعه و حتی جوامع مختلف در سطح بین‌المللی می‌رسد. اما در تبلیغات منافع شخص، گروه یا جامعه خاصی در میان است. تبلیغ پروپاگاندا نشانگر آن است که چگونه می‌توان عناصر اطلاع‌رسانی و ارتباط اقناعی را در تبلیغات با یکدیگر تلفیق کرد که مخاطب متوجه منفعت تبلیغ‌کننده نشود.

با ایجاد رقابت‌های فشرده و تنگاتنگ بین شرکت‌های تولیدی و خدماتی کشورهای مختلف، تبلیغات اهمیت زیادی پیدا کرده و اکثر شرکت‌های بزرگ برای جذب بازار فروش از تبلیغات گسترده و مداوم برای اثربخشی بیش‌تر استفاده می‌کنند. در کشور ما نیز شرکت‌های مختلف از رسانه‌های گوناگون برای تبلیغ کالا و خدمات خود به جامعه استفاده می‌کنند که خود باعث توسعه یافتگی و رونق اقتصادی می‌شود.

نشریات دانشگاهی نیز می‌توانند برای جبران بخشی از هزینه‌های تولید و انتشار محتوا از تبلیغات مرتبط با حوزه دانشگاه استفاده کنند و با انتشار تبلیغ کالا یا خدمات سفارش دهندگان، هزینه‌ای دریافت کنند.

باید دقت داشت تبلیغات در نشریات دانشگاهی با رسانه‌های موجود در جامعه تا حدودی متفاوت است؛ چرا که نشریات دانشجویی به‌عنوان سخنگوی جامعه دانشگاهی، فارغ از سیاست‌زدگی موجود در رسانه‌های جامعه، اهداف آرمان‌خواهانه و متعالی دارند و در پی عدالت‌خواهی، رشد و توسعه جامعه، رفع تبعیض، رشد و بالندگی علمی و صنعتی کشور، وحدت ملی و حفظ یکپارچگی، استقلال و خودکفایی، مبارزه با فساد و استبداد، ایجاد فضای با نشاط و پویا در دانشگاه و در پی آن جامعه، تقویت ویژگی‌های اخلاقی و انسانی مانند گذشت، ایثار، نوع‌دوستی، دفاع از وطن و ارزش‌های جامعه، احترام به قوانین و حقوق بشر و... است.

از این رو نشریات دانشگاهی نباید در محیط دانشگاه حامی بی‌چون و چرای افراد و گروه‌های خارج دانشگاه شوند، بلکه باید اطلاع‌رسان و آگاهی‌بخش بوده و معرفی‌کننده جزییات رویداد باشند و قضاوت را به مخاطبان بسپارند.

در حال حاضر تبلیغات تجاری و آگهی‌بازرگانی بخش زیادی از تبلیغات رسانه‌های مختلف را تشکیل می‌دهد و جای خود را در جوامع مختلف باز کرده‌است.

## سرگرمی و اوقات فراغت

«سرگرمی» به مجموعه‌ای از فعالیت‌های اختیاری، انتخابی، تفریحی و غیر انتفاعی، که با هدف نیل به برخی هیجان‌ات مثبت و دفع برخی هیجان‌ات منفی برای پر کردن اوقات بیکاری به شکل دلخواه برای جبران کمبودها، ارضای حس تنوع جویی و... گفته می‌شود.

نیاز به سرگرمی و فراغت، اگر چه از بشر نخستین تاکنون وجود داشته، اما متناسب با شرایط و توسعه فن‌آوری متفاوت بوده و همواره به صورت درآمیخته با کلیت زندگی ارضا می‌شود، اما در جامعه امروزی و متأثر از تکنولوژی‌های مدرن وضعیتی مهم و اساسی در زندگی مردم پیدا کرده و به یکی از نیازهای اساسی و بنیادین همگانی تبدیل شده‌است. از این رو سرگرمی به یکی از اصلی‌ترین کارکرد رسانه‌ها در جوامع مختلف تبدیل شده‌است. مفهومی که امروزه از سرگرمی در ذهن همگان وجود دارد با مفهوم آن در گذشته بسیار متفاوت است چرا که با گذر زمان و گسترش مفهوم و محدوده فراگیری سرگرمی با عنوان «اوقات فراغت» تحت تأثیر ایجاد شغل‌های جدید، موقعیت‌های مختلف اجتماعی، مکانیزه شدن فعالیت‌های کاری، محدود شدن ساعات کار، رشد صنعتی و در پی آن دگرگونی شیوه‌های زندگی، رشد جمعیت و به دنبال آن مهاجرت از روستاها به سمت شهرنشینی، افزایش سن کاریابی، کاهش سن بازنشستگی، افزایش اشتغال زنان و یافتن شغل برون خانگی و... از جمله مواردی هستند که مفهوم سرگرمی را دگرگون کرده‌اند.

از این رو اگر در گذشته سرگرمی به صورت درهم آمیخته با کار و تلاش روزانه، بدون نیاز به تمهیدات و چاره‌اندیشی‌های ویژه، شناخته می‌شد و نیاز به ابزارهای چندانی نداشت یا اینکه بیش‌تر در محدوده برخی گروه‌های سنی همچون کودکان و نوجوانان، افراد مسن یا برخی اقشار متمکن و مرفه احساس می‌شد، امروزه به یکی از نیازهای ضروری همگانی تبدیل شده که تا حد زیادی از روال کار و تلاش رسمی روزانه افراد مستقل شده و به جهت هسته‌ای شدن روابط خانوادگی و فامیلی که به تبع جامعه صنعتی ایجاد شد، خود به یک نیاز اساسی تبدیل شده‌است و نیازمند سیاستگذاری و برنامه‌ریزی دقیق و تخصیص امکانات کافی دارد؛ در غیر این صورت سرگرمی به جای اینکه فرصتی برای توسعه فرهنگ باشد تبدیل به تهدید خواهد شد. ضمن آنکه اگر نیاز جامعه به سرگرمی و اوقات فراغت با برنامه‌ریزی درست توسط دولت‌ها برآورده نشود، تبدیل به تهدیدی برای حکومت خواهد شد چرا که از نظر روانی و ذهنی سرگرمی مناسب می‌تواند جامعه را به آرامش روانی برساند و از قدرت تهدید و تخریب آن در مواقع بحران بکاهد.

رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری فراگیر با برنامه‌های مستمر و اثرگذار می‌توانند بخشی از اوقات

فراغت مخاطبان خود را پوشش دهند و همزمان با آن کار آموزش، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی را نیز انجام دهند.

البته بدیهی است که قشر دانشگاهی اعم از دانشجویان و اساتید به جهت مشغله تحصیل و تدریس نسبت به اقشار دیگر جامعه از وقت آزاد و اوقات فراغت کمتری برخوردار هستند، از این رو ممکن است اینگونه تلقی شود که اصل سرگرمی در نشریات دانشگاهی کمتر از کارکردهای دیگر ضرورت پیدا می‌کند، اما می‌توان اذعان کرد که در نشریات دانشگاهی نیز اصل سرگرمی در کنار سایر کارکردهای رسانه‌ای مانند اطلاع‌رسانی، آموزش، جهت‌دهی، تبلیغات و... یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. که می‌تواند در قالب جدول، طنز، کاریکاتور، مسابقه، قصه، شعر، داستان و... به محتوا اضافه شود.

کارکردهای ذکر شده هر روزه به شکل قالب‌های رسانه‌های مختلف به اقشار مختلف جامعه عرضه می‌شوند با این تفاوت که ممکن است هر یک از رسانه‌ها متناسب با سیاست کاری خود بر یکی از این کارکردها تأکید بیشتری داشته و سایر کارکردها را نیز در محتوا دنبال کنند.

آنچه که مسلم است، مطبوعات موفق، با استفاده از تکنیک‌ها و شیوه‌های فنی هر روزه با انتشار گسترده، مستمر و سریع رویدادهای جامعه و بهره‌گیری از قالب‌های مختلف مطبوعاتی در تلاش هستند تا بر بخش بیش‌تری از اقشار جامعه اثر بگذارند. از این رو رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های تصویری تا حد زیادی قدرت تأثیرگذاری در افکار عمومی و هدایت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را دارا هستند. اگر چه بسیاری از صاحب نظران اثر گزاری رسانه بر افکار را در فرایند دو مرحله‌ای امکان پذیر می‌دانند. با این وجود رسانه نقش بسیار مؤثر در افکار عمومی دارد.

### دسته‌بندی نشریات دانشجویی

در یک دسته‌بندی کلی نشریات را می‌توان به حرفه‌ای و تجربی دسته‌بندی کرد که نشریات دانشگاهی در گروه نشریات تجربی قرار می‌گیرند، هر چند دوره‌های آموزشی روزنامه‌نگاری کوتاه مدت یا بلند مدت را گذرانده باشند. در مرحله دوم این نشریات را می‌توان از نظر محتوا به دو رشته تخصصی (نشریاتی که در یک رشته خاص دانشگاهی با در نظرگیری مخاطبان خاص به صورت علمی و تخصصی منتشر می‌شوند در واقع هم دست‌اندرکاران و هم مخاطبان این نوع نشریات افرادی کارشناس و متخصص هستند) و عامه پسند تقسیم کرد، که نشریات عامه پسند، خود بر سه دسته تقسیم می‌شوند، که عبارتند از:

نشریات سطح سبک (زرد)؛

نشریات سطح متوسط؛

نشریات سطح وزین.

### نشریات سطح سبک (زرد)

در نشریات عامه پسند با محتوای سطح سبک، فقط به علایق مخاطبان توجه می‌شود و محتوای نشریه سطحی بوده و برای مخاطبان با اطلاعات کم منتشر می‌شود. عام دانشجویان از ورودی جدید تا ترم آخر مخاطب این نوع نشریات هستند که بیش‌تر جنبه اطلاعات عمومی و سرگرمی دارد و کمتر به ریشه‌یابی مسائل و انتقاد سازنده از موضوعات و مشکلات می‌پردازد. اگر هم انتقاد مطرح گردد به علت سطحی بودن چندان اثری برای اصلاح نخواهد داشت. قالب‌های مطبوعاتی مورد استفاده بیش‌تر طنز، جدول، یادداشت، اخبار، تصاویر، فکاهی، قصه، سخن بزرگان، پند و اندرز، مطالب اقتباسی از رسانه‌های دیگر، خاطره، جدول، شعر و... هستند.

نشریات دانشگاهی که گرایش به محتوای زرد و سطحی دارند، بیش‌تر جنبه سرگرمی و اوقات فراغت داشته و دامنه فعالیت آنها، کل مخاطبان جامعه دانشگاهی را دربر می‌گیرد.

### نشریات سطح متوسط

در نشریات با محتوای سطح متوسط توجه از علایق به نیاز هدایت می‌گردد و با شناسایی نیاز مخاطبان و ترکیب کردن مطالب سطحی و وزین، سعی دارد که خوانندگان را به مطالعه، تفکر و تحلیل بیش‌تر موضوعات هدایت کند. این نشریات می‌توانند با انتقاد از رویدادها و مشکلات تا حدودی منشا اثر باشند.

در این نوع نشریات بیش‌تر از قالب‌های مطبوعاتی اخبار، گزارش‌های خبری، یادداشت، مصاحبه‌های بیوگرافی و عمومی، قطعه ادبی، نظرات خوانندگان، داستان، تصاویر و... استفاده می‌شود. همچنین بخش زیادی از نشریات دانشگاهی در گروه نشریات سطح متوسط قرار می‌گیرند.

مخاطبان نشریات سطح متوسط، در مقایسه با نشریات زرد اندکی محدود می‌شود و مخاطبانی را در بر می‌گیرد، که علاوه بر سرگرمی به دنبال کسب آگاهی و اطلاعات مفید نیز هستند.

### نشریات سطح وزین

نشریات با محتوای سطح سنگین یا وزین، فقط به نیاز مخاطبان و خوانندگان توجه دارد و به صورت عمقی به ریشه‌های علمی و نظری مسائل و نیازها پرداخته و راهکارهای عملی ارائه می‌کند. نشریات وزین اغلب علمی تخصصی یا تحلیلی هستند و به طور تخصصی و مشروح به موضوعات می‌پردازند. بدیهی است که مخاطبان این نوع نشریات نیز محدود به مخاطبان خاص می‌شوند که افرادی متفکر بوده و در زمینه مورد انتشار نشریه از آگاهی و دانش بالاتر از دیگران برخوردار هستند، این افراد در برابر مسائل صبورتر و منطقی‌تر بوده و به‌دور از فضای احساسی و هیجان کاذب، به دنبال پرسشگری و گرفتن پاسخ منطقی و مستدل هستند.

در این نوع نشریات از قالب‌های مطبوعاتی مقالات علمی، تحلیلی و خبری، مصاحبه‌های عمقی و موشکافانه، سرمقاله، گزارش‌های تشریحی و تحقیقی، معرفی مراکز، شخصیت‌ها، کتاب‌ها، سایت‌های معتبر و علمی، ترجمه و... استفاده می‌شود.

نشریات وزین اغلب علمی و تحلیلی هستند و با محدوده مخاطبان خاص دانشگاهی منتشر می‌شوند. به‌عنوان مثال نشریه‌ی دانشجویی که با عنوان علمی منتشر می‌شود، باید محتوای آن به طور خاص مرتبط با یک رشته تحصیلی دانشگاهی و دانشجویان همان رشته باشد، البته بهتر است سطح مخاطبان دانشجویان ترم چهارم به بالا در نظر گرفته شود، تا محتوای آن از اغنای علمی لازم برخوردار شود، اگر در دانشگاهی ۲۰ رشته تحصیلی فنی و مهندسی وجود دارد، نمی‌توان یک نشریه علمی منتشر کرد که همه رشته‌ها را به صورت علمی پوشش دهد؛ هر نشریه‌ای، فقط اختصاص به یک رشته تحصیلی دارد و مخاطبان آن نیز محدود به همان رشته می‌شوند.

از این رو ممکن است در دانشگاهی که در رشته‌های مختلف تحصیلی، بیش از ۵۰۰۰ نفر دانشجو دارد، مخاطبان یک نشریه علمی، به‌عنوان مثال رشته مهندسی عمران، محدود به ۳۰۰ نفر دانشجو شود، البته برخی از رشته‌های تحصیلی دارای زیر مجموعه و گرایش‌های مختلف هستند، که می‌توان آنها را در یک گروه قرار داد، مانند رشته مهندسی عمران که داری چند زیر مجموعه یا گرایش می‌باشد، در صورت نزدیک بودن این گرایش‌ها، می‌توان آنها را در حوزه فعالیت یک نشریه علمی قرار داد که آن گرایش‌ها مخاطبان نشریه علمی واحد باشند.

بخش زیادی از نشریاتی که توسط اعضای هیأت علمی، در محدوده دانشگاه محل تدریس آنها منتشر می‌شوند، زمینه علمی داشته و اغلب گستره مخاطبان آنها اساتید و دانشجویان اهل مطالعه همان دانشگاه هستند، مگر آنکه مجوز توزیع بین دانشگاهی و خارج از دانشگاه



را داشته باشند، که در این صورت مخاطبان نشریه، علاوه بر دانشگاهیان، شامل متخصصان و کارشناسان مرتبط با زمینه علمی مورد انتشار نشریه هم می‌شود.

### ماهیت و مشخصات نشریات دانشگاهی

بر اساس ماده یک ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، کلیه نشریاتی که به صورت ادواری، گاهنامه یا تک شماره و نشریات الکترونیکی که با نام ثابت و تاریخ نشر در زمینه‌های 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 آنها در دانشگاه‌ها منتشر و در محدوده دانشگاه‌ها توزیع شود، نشریات دانشگاهی محسوب و تحت شمول دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی قرار می‌گیرد.

همچنین براساس این دستورالعمل، عنوان‌های فرهنگی و اجتماعی، زمینه‌های عقیدتی، صنفی و رفاهی، خبری و طنز را نیز در بر می‌گیرد و نشریات علمی که توسط هیأت علمی، دانشجویان، تشکل‌های دانشجویی یا انجمن‌های علمی دانشجویی منتشر شوند، مشمول این آیین‌نامه می‌شوند؛ وبلاگ‌ها و سایت‌های شخصی دانشجویان و اعضای هیأت علمی که از نشان دانشگاه یا تشکل‌های دانشگاه استفاده نمی‌کنند، از شمول این آیین‌نامه خارج هستند، اما اگر از نشان دانشگاه یا تشکل‌های دانشگاه استفاده کنند، مشمول دستورالعمل نشریات دانشگاهی می‌شوند.

بر اساس تبصره پنج دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی، 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. نشریاتی که قصد دارند به صورت بین دانشگاهی فعالیت کنند باید از کمیته ناظر دانشگاه خود(مبدأ) و دانشگاه مقصد مجوز بگیرند.

### فرایند انتشار نشریه دانشگاهی

بر اساس ماده ۱۲ دستورالعمل ناظر بر فعالیت‌های نشریات دانشگاهی، متقاضیان انتشار نشریه در فضای دانشگاه(اعم از حقیقی شامل دانشجویان یا اساتید و یا حقوقی شامل کانون و تشکل دانشجویی و یا معاونت، نهاد و اداره در دانشگاه) باید از کمیته ناظر بر فعالیت‌های نشریات دانشگاهی درخواست مجوز انتشار نشریه نمایند. متقاضیان انتشار می‌توانند با مراجعه به کمیته ناظر بر فعالیت‌های نشریات دانشگاهی، فرم درخواست انتشار نشریه را پر کنند،



البته لازم است که متقاضیان اطلاعات لازم برای پر کردن فرم شامل: نام نشریه (نشانه نوشته یا لوگوتایپ)، معنی و دلیل نام انتخاب شده برای نشریه، نام صاحب امتیاز، نام مدیر مسؤول و سردبیر (شماره پرسنلی و گروه آموزشی برای اساتید، شماره دانشجویی و رشته تحصیلی برای دانشجویان، شماره ملی، مقطع تحصیلی، تعداد واحد گذرانده، نشانی و شماره تماس و...)، زمینه انتشار، دوره انتشار و... را از قبل آماده کرده باشند و هنگام پر کردن فرم، اطلاعات خواسته شده را ارائه نمایند.

### مراحل درخواست مجوز نشریات دانشگاهی

- تنظیم و ارائه نامه درخواست مجوز انتشار نشریه از سوی تقاضا کننده به مدیر امور فرهنگی دانشگاه؛
- در صورتی که متقاضی یا صاحب امتیاز با شخصیت حقیقی خود اقدام به کسب مجوز نماید، نامه باید با امضای فرد متقاضی باشد.
- در صورتی که صاحب امتیاز شخصیت حقوقی (تشکل‌های دانشجویی، انجمن‌های علمی دانشجویی، انجمن اسلامی دانشجویان، بسیج دانشجویی، کانون‌ها، خانه‌های دانشجویی معاونت، اداره کل یا بخشی از دانشگاه و...) باشند، نامه درخواست مجوز انتشار باید با مهر و امضای بالاترین مقام مسؤول آن نهاد یا تشکل باشد؛
- تکمیل فرم درخواست مجوز انتشار نشریه (الکترونیکی و کاغذی) و تحویل مدارک لازم به دبیرخانه نشریات دانشگاه؛
- فرم درخواست مجوز انتشار نشریه (الکترونیکی و کاغذی) باید توسط مدیر مسؤول نشریه تکمیل شده و همراه با مدارک لازم شامل: کپی کارت دانشجویی (برای دانشجویان)، کپی استخدامی (برای استادان)، کپی شناسنامه، کپی کارت ملی و یک قطعه عکس سه در چهار سانتی متری، به کارشناس دبیرخانه نشریات دانشگاه تحویل داده شود. نشریات دانشگاهی می‌توانند به دو صورت کاغذی (بروشور، روزنامه دیواری، مجله‌ای و...) و الکترونیکی (الکترونیکی، وبلاگ، وب سایت، پادکست، چند رسانه‌ای و...) منتشر شوند؛ که باید برای هر یک از آنها فرم جداگانه تکمیل و تحویل کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه شود؛
- انجام استعلام‌های لازم توسط دبیرخانه نشریات دانشگاه برای تأیید صلاحیت؛
- تشکیل جلسه ماهانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه با حضور اکثر اعضا و مطرح کردن درخواست مجوز انتشار نشریه توسط مدیر کل فرهنگی؛
- صدور مجوز انتشار نشریه در صورت دارا بودن شرایط لازم یا رد درخواست متقاضی به

دلیل نقص یا فاقد شرایط بودن توسط کمیته ناظر دانشگاه؛

#### شرایط صاحب امتیاز برای دریافت مجوز انتشار نشریه

شرایط متقاضی دریافت مجوز برای انتشار نشریه دانشگاهی بر اساس ماده ۱۳ دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی عبارتند از:


- یکی از دانشجویان یا اعضای هیأت علمی به‌عنوان شخص حقیقی یا تشکل، نهاد، انجمن، کانون یا یکی از بخش‌های دانشگاه یا هر شخص حقوقی دیگر در دانشگاه؛
- نداشتن محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده یا بالاتر در مورد دانشجویان و انفصال موقت از خدمت در مورد اعضای هیأت علمی؛

#### شرایط مدیر مسؤول برای دریافت مجوز انتشار نشریه

شرایط مدیر مسؤول نشریه دانشگاهی بر اساس ماده ۱۴ دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی عبارتند از:

- دانشجو بودن یا عضویت در هیأت علمی یا مدیر یکی از واحدهای همان دانشگاه؛
  - 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؛
  - عدم سابقه مشروطی برای دو نیمسال متوالی یا سه نیمسال متناوب برای دانشجویان در هنگام معرفی به‌عنوان مدیر مسؤول؛
  - گذراندن دو نیمسال تحصیلی و حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره‌های کاردانی و کارشناسی)، دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد ناپیوسته و دکتری از شمول آن مستثنی هستند؛
  - عدم شهرت به فساد اخلاق؛
  - گذراندن دوره آموزشی روزنامه‌نگاری و اخذ گواهی پایان دوره، توسط صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر بر اساس برنامه آموزشی مصوب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی؛
  - متقاضی، همزمان صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر نشریه دانشگاهی دیگری نباشد.
- نمونه‌ای از فرم درخواست انتشار نشریه دانشگاهی خانه نشریات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (فرم شماره ۱) آمده است، البته برخی از دانشگاه‌ها بر اساس شرایط مصوب کمیته ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاه خود تا حدودی این فرم را تغییر داده‌اند و ممکن است برخی از آنها اطلاعات بیشتری را برای صدور مجوز از متقاضی خواسته باشند.

فرم شماره ۱: فرم درخواست صدور مجوز انتشار نشریه دانشگاهی.


عکس	فرم درخواست مجوز انتشار نشریات دانشگاهی منطبق بر دستورالعمل اجرایی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷	
<p><b>۱_ مشخصات نشریه</b></p> <p>نام نشریه: .....</p> <p>مفهوم نام نشریه: .....</p> <p>زمینه انتشار: فرهنگی <input type="checkbox"/> اجتماعی <input type="checkbox"/> سیاسی <input type="checkbox"/> علمی <input type="checkbox"/> اقتصادی <input type="checkbox"/> هنری <input type="checkbox"/> ادبی <input type="checkbox"/> ورزشی <input type="checkbox"/></p> <p>(عنوان های فرهنگی و اجتماعی، زمینه های عقیدتی، صنفی ورفاهی، خبری و طنزرا نیز در برمی گیرند)</p> <p>ترتیب انتشار: روزنامه <input type="checkbox"/> هفته نامه <input type="checkbox"/> دو هفته نامه <input type="checkbox"/> ماهنامه <input type="checkbox"/> دو ماهنامه <input type="checkbox"/></p> <p>فصلنامه <input type="checkbox"/> گاهنامه <input type="checkbox"/> (حداقل ..... حداکثر .....)</p> <p>ویژه نامه، تک شماره <input type="checkbox"/></p>		
<p><b>۲_ مشخصات صاحب امتیاز:</b></p> <p>الف_ دانشجو/عضو هیئت علمی:</p> <p>اینجانب:..... شماره دانشجویی/پرسنلی:..... دانشکده:.....</p> <p>رشته تحصیلی/گروه آموزشی:..... رشته/مقطع:..... تعداد واحد گذرانده:.....</p> <p>نشانی و تلفن:.....</p> <p>ب_ شخص حقوقی:</p> <p>اینجانب..... مسؤل تشکل/نهاد/کانون/انجمن.....</p> <p>شواہب ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی (ابلاغ شده طی نامه شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) ضمن پایبندی به قانون و تعهد به رعایت قوانین موضوعه و آیین نامه یاد شده خواهان انتشار نشریه با مشخصات فوق هشتم.</p> <p>تاریخ، مهر و امضای صاحب امتیاز</p>		
<p><b>۳_ مشخصات مدیر مسؤل:</b></p> <p>اینجانب:..... شماره دانشجویی/پرسنلی:..... دانشکده:.....</p> <p>رشته تحصیلی/گروه آموزشی/مدیر و احداثی:..... رشته/مقطع:..... تعداد واحد گذرانده:.....</p> <p>نشانی و تلفن:.....</p> <p>تقاضا مدیر مسؤل نشریه..... به صاحب امتیازی..... را دارم بدیهی است اینجانب ضمن پایبندی به قانون اساسی و تعهد به رعایت قوانین موضوعه و دستورالعمل اجرایی شواہب ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی ابلاغ شده طی نامه شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷ وزارت علوم تحقیقات و فناوری) مسوولیت همه مطالب مندرج در نشریه یاد شده را به عهده خواهم گرفت و تعداد سه نسخه از هر شماره از نشریه را به دبیر خانه کمیته ناظر تحویل خواهم داد.</p> <p>تاریخ و امضای مدیر مسؤل</p>		
<p><b>۴_ مشخصات سردبیر:</b></p> <p>اینجانب:..... شماره دانشجویی/پرسنلی:..... دانشکده:.....</p> <p>رشته تحصیلی/گروه آموزشی:..... رشته/مقطع:..... تعداد واحد گذرانده:.....</p> <p>نشانی و تلفن:.....</p> <p>تقاضای سردبیری نشریه..... به صاحب امتیازی..... را دارم بدیهی است اینجانب نسبت به رعایت قانون اساسی و قوانین موضوعه و دستور العمل اجرایی شواہب ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی ابلاغ شده طی نامه شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷ وزارت علوم و تحقیقات و فناوری) پایبند خواهم بود.</p> <p>تاریخ و امضای سردبیر</p>		

کمیته ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی پس از دریافت درخواست مجوز انتشار نشریه توسط متقاضی، بر اساس ماده ۲۱ دستورالعمل ناظر بر نشریات موظف است، در صورت فراهم



بودن شرایط قانونی انتشار نشریه، حداکثر ظرف مدت ۲۰ روز با انجام استعلامها، مجوز انتشار نشریه را صادر کند.

فرم شماره ۲: فرم استعلام آموزشی و انضباطی نشریات دانشگاهی.

<b>فرم استعلام آموزشی و انضباطی</b> <b>صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سر دبیر نشریات دانشگاهی</b>	
شماره : .....	
تاریخ: .....	

### استعلام آموزشی:

الف - صاحب امتیاز

بدین وسیله گواهی می گردد. جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی پرسنلی .....

۱- در سال جاری مشغول به تحصیل / عضو هیئت علمی / مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشد  نمی باشد

ب - مدیر مسئول

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی پرسنلی .....

۱- در سال جاری مشغول به تحصیل / عضو هیئت علمی / مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشد  نمی باشد

۲- دوتیمسال تحصیلی، حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره کاردانی و کارشناسی پیوسته) گذرانده است  نگذرانده است

۳- از لحاظ آموزشی به صورت ۲ نیمسال متوالی یا ۳ نیمسال متناوب مشروط نشده است  شده است

ج) سر دبیر

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی پرسنلی .....

۱- در سال جاری مشغول به تحصیل / عضو هیئت علمی / مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشد  نمی باشد

۲- دوتیمسال تحصیلی حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره کاردانی و کارشناسی پیوسته) گذرانده است  نگذرانده است

۳- از لحاظ آموزشی به صورت ۲ نیمسال متوالی یا ۳ نیمسال متناوب مشروط نشده است  شده است

اداره آموزشی دانشکده

### ۲- استعلام انضباطی

الف - صاحب امتیاز

بدینوسیله گواهی می گردد جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی پرسنلی .....

دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان) / انفصال موقت از خدمت (اعضای هیئت علمی) نمی باشد  می باشد

ب - مدیر مسئول

بدینوسیله گواهی می گردد جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی پرسنلی .....

دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان) / انفصال موقت از خدمت (اعضای هیئت علمی) نمی باشد  می باشد

ج - سر دبیر

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی پرسنلی .....

دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان) / انفصال موقت از خدمت (اعضای هیئت علمی) نمی باشد  می باشد

کمیته انضباطی دانشجویان / هیات بدوی انتظامی / کمیته تخلفات اداری

درخواست نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... و مدیر مسئولی ..... در مورخ .....

..... به صورت کامل  ناقص  تحویل دبیر خانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه گردید .

فرم شماره ۳: فرم اعلام نظر کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی.

<p style="text-align: center;"><b>اعلام نظر کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه</b></p> <p>شماره : .....</p> <p>تاریخ: .....</p> <p>پیوست: .....</p>										
<p><b>باسمه تعالی</b></p> <p>با توجه به درخواست صدور مجوز نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... مدیر مسئولی ..... و سر دبیری ..... و از آنجایی که بنا بر استعلام های انجام شده، صاحب امتیاز شرایط در ماده ۱۳ و مدیر مسئول و سر دبیر شرایط مندرج در بندهای ۱ تا ۴ ماده ۱۴ دستورالعمل اجرایی نشریات دانشگاهی را دارا هستند، نسبت به بند ۵ ماده ۱۴ در جلسه مورخ ..... کمیته ناظر بر نشریات با حضور کلیه اعضای دارای حق رأی تصمیم گیری شد.</p>										
<p><b>نتیجه تصمیم گیری:</b></p> <p>با صدور مجوز نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... و مدیر مسئولی ..... موافقت می شود <input type="checkbox"/></p> <p>موافقت نمی شود <input type="checkbox"/></p>										
<p><b>دلایل عدم موافقت یا ذکر بند و شرط مورد نظر:</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>										
<p><b>امضاء اعضای کمیته:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">رئیس کمیته:</td> <td style="width: 33%;">دبیر کمیته:</td> <td style="width: 33%;">نماینده نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری:</td> </tr> <tr> <td>عضو هیات علمی:</td> <td>عضو هیات علمی:</td> <td>عضو هیات علمی:</td> </tr> <tr> <td>عضو حقوقدان:</td> <td>عضو دانشجو:</td> <td>عضو دانشجو:</td> </tr> </table>		رئیس کمیته:	دبیر کمیته:	نماینده نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری:	عضو هیات علمی:	عضو هیات علمی:	عضو هیات علمی:	عضو حقوقدان:	عضو دانشجو:	عضو دانشجو:
رئیس کمیته:	دبیر کمیته:	نماینده نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری:								
عضو هیات علمی:	عضو هیات علمی:	عضو هیات علمی:								
عضو حقوقدان:	عضو دانشجو:	عضو دانشجو:								

چنانچه مدارک ارسالی ناقص و یا استعلام های انجام شده توسط کمیته ناظر نشان دهد، که متقاضی صدور مجوز انتشار نشریه، شرایط مندرج در ماده ۱۲ تا ۱۶ دستورالعمل ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی را ندارد، این کمیته بر اساس ماده ۱۷ دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی، موظف است، مراتب را به صورت مکتوب و با استناد به دلایل و مدارک لازم، حداکثر ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ دریافت و ثبت درخواست به متقاضی اعلام کند.

بر اساس ماده ۴ دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی، اعضای کمیته ناظر عبارتند از:

- معاون دانشجویی فرهنگی دانشگاه (رییس کمیته)؛

- نماینده تام‌الاختیار و دائم دفتر نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه؛

- یک نفر حقوقدان به انتخاب رییس دانشگاه؛

- سه نفر عضو هیأت علمی دانشگاه، به انتخاب شورای فرهنگی دانشگاه؛

- مدیر امور فرهنگی دانشگاه (دبیر کمیته)؛

- سه نفر از مدیران مسؤؤل نشریات دانشگاهی به انتخاب مدیران مسؤؤل نشریات دانشگاه

که یک نفر از آنها عضو علی‌البدل محسوب می‌شود؛

- کارشناس نشریات دانشگاه، به‌عنوان عضو بدون حق رای.

در صورتی که کمیته ناظر طبق ماده ۲۲ دستورالعمل ناظر بر نشریات، با درخواست متقاضی برای صدور مجوز انتشار نشریه مخالفت کند، یا ظرف مدت ۲۰ روز به صورت کتبی دلایل موافقت نکردن با صدور مجوز را اعلام نکند، بر اساس ماده هفت دستورالعمل ناظر بر نشریات، شورای فرهنگی دانشگاه مرجع تجدید نظر در تصمیمات و آرای کمیته ناظر آن دانشگاه است و متقاضی می‌تواند اعتراض خود را به صورت مکتوب به شورای فرهنگی دانشگاه اعلام کند. شورای فرهنگی دانشگاه نیز موظف است در مدت ۳۰ روز موضوع را بررسی و اعلام نظر کند. چنانچه متقاضی صدور مجوز انتشار نشریه به رای شورای فرهنگی دانشگاه نیز معترض باشد، شورایی با عنوان «شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی» در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی وجود دارد، که می‌تواند بالاترین مرجع رسیدگی به شکایت باشد. بر اساس ماده ۱۰ دستورالعمل ناظر بر نشریات، برخی از اختیارات این شورا رسیدگی به اعتراضات در خصوص صادر نشدن مجوز نشریات دانشگاهی، تجدید نظر در تصمیمات شورای فرهنگی دانشگاه و رسیدگی به اعتراضات ناشی از تصمیمات و عملکرد شورای فرهنگی دانشگاه در زمینه نشریات دانشگاهی است. ضمن آنکه این شورا، برای ایجاد وحدت رویه بین کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها، بر عملکرد کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها نیز نظارت دارد و مصوبات شورای مرکزی ناظر به‌عنوان بالاترین مرجع تصمیم‌گیری و صدور رای، قطعی و لازم‌الاجرا است؛ طبق ماده ۹ دستورالعمل ترکیب شورای مرکزی ناظر در هر دستگاه عبارت است از:

- معاون فرهنگی وزیر در دستگاه متبوع (رییس شورا)؛

- معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی؛

- معاون فرهنگی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها یا نماینده تام‌الاختیار رییس نهاد؛
- یک نفر حقوقدان به انتخاب معاون فرهنگی دستگاه متبوع؛
- مدیر کل امور فرهنگی دستگاه متبوع (دبیر شورا)؛
- سه نفر از مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی به انتخاب مدیران مسؤول نشریات دانشگاه‌های کشور، که یک نفر از آنها عضو علی‌البدل محسوب می‌شود.

### مراحل اجرایی انتشار در نشریات دانشگاهی

- تشکیل گروه یا هسته اولیه، هدفگذاری و برنامه‌ریزی اولیه برای انتشار نشریه؛
- تشکیل جلسه برای تعیین صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر؛
- تهیه‌ی اطلاعات مورد نیاز برای پر کردن فرم درخواست مجوز انتشار؛
- اقدامات لازم و پیگیری برای اخذ مجوز انتشار از کمیته ناظر دانشگاه؛
- برنامه‌ریزی هدفمند و کسب اطلاعات برای شناخت نقاط قوت و ضعف حوزه کار؛
- هماهنگی با مسؤولان دانشگاه برای گرفتن امکانات، فضای لازم برای کار و جلسات؛
- ترسیم چارت تشکیلاتی مناسب و تعریف وظایف و شرح کار برای هر قسمت؛
- تعریف و تفکیک سرویس‌های مورد نیاز، متناسب با زمینه انتشار و چارت تشکیلاتی؛
- تبلیغات گسترده و مستمر در سطح دانشگاه برای دعوت به همکاری و فراخوان آثار؛
- دعوت از همه کسانی که داوطلبانه اعلام همکاری کرده‌اند، برای شرکت در جلسه؛
- تعیین یک نفر به‌عنوان دبیر جلسه و نوشتن مصوبات جلسه در فرم صورت جلسه؛
- تشریح وظایف و مسؤولیت‌های تعیین شده برای حاضران در جلسه؛
- آشنایی سردبیر با علایق و زمینه فعالیت‌های دلخواه داوطلبان حاضر در جلسه؛
- چینش و به کارگیری افراد داوطلب بر اساس علایق و توانمندی آنها؛
- امکان انتخاب آزادانه، اختیاری و مشورتی زمینه فعالیت در نشریه توسط داوطلبان؛
- تقسیم کار مشارکتی بین دانشجویان یا اساتید بیش‌تر؛
- تفکیک و تقسیم مراحل کار به واحدهای کوچک‌تر برای مشارکت افراد بیش‌تر؛
- تفویض اختیار بر اساس شرح وظایف به هر بخش از نشریه یا مسؤولیت سپاری؛
- ایجاد هماهنگی و انسجام بخشی برای ایجاد روحیه همکاری و کار گروهی مشترک؛
- ترسیم ماکت به صورت جدول شطرنجی توسط سردبیر؛
- تعیین موضوع و سوژه‌های تأمین محتوا با استفاده از قالب‌های مطبوعاتی؛

- تخصیص و تعیین صفحات مورد نیاز برای هر سرویس؛
- واگذاری مسؤولیت تأمین محتوای هر سرویس به دبیر آن توسط سردبیر؛
- ثبت زمان‌های بیکاری همکاران هر سرویس که در آن ساعات اعلام همکاری کرده‌اند؛
- برنامه‌ریزی دبیران سرویس برای ساعات بیکاری همکاران در سرویس؛
- تعیین زمان و روز مشخص برای انتشار و توزیع نشریه به شکل هفته‌نامه، ماهنامه و...؛
- زمان‌بندی مراحل مختلف کار، برای هر بخش و سرویس با عنایت به زمان انتشار؛
- ترسیم جدول با مشخصات موضوع، قالب مطبوعاتی، مسؤول پیگیری و زمان تحول؛
- تعیین سقف زمانی اجرای کار برای دست‌اندرکاران هر بخش بر اساس دوره انتشار؛
- نظارت و کنترل سردبیر بر اجرای مراحل مختلف کار؛
- کمک و تقویت بخش‌هایی که با نقص یا مشکل مواجه شده‌اند، توسط سردبیر؛
- تهیه‌ی ماکت به صورت دفترچه کوچک توسط دبیر هر سرویس؛
- پیشنهاد تیترو و اجزای تیترو، عکس‌ها، طرح‌ها و... توسط دبیران در ماکت؛
- ارائه محتوای تأمین شده از سوی هر سرویس به سردبیر برای اصلاح یا تأیید؛
- روتین کردن کارها به شکلی که هر مطلب آماده شده، به مرحله بعد ارسال شود؛
- نمونه خوانی و ویراستاری مطالب آماده شده توسط ویراستار؛
- تأیید نهایی متن‌ها توسط سردبیر و ارسال برای امور هنری؛
- انجام امور گرافیکی و صفحه‌آرایی مطبوعاتی برای زیباسازی بصری؛
- نظارت سردبیر بر کار صفحه‌آرا و تعیین اولویت بندی در چینش محتوا؛
- تنظیم تیترو اول و سایر اجزای تیترو برای محتوا توسط سردبیر؛
- تأیید نهایی زیباسازی هنری نشریه و ارسال فایل نهایی برای تأیید مسؤول؛
- اعمال اصلاحات مورد نظر مدیر مسؤول و سپس ارسال مجدد برای تأیید نهایی او؛
- ارسال فایل نهایی برای چاپ، یا تکثیر و قراردادن نسخه الکترونیک روی سایت یا وبلاگ؛
- تبلیغات در سطح دانشگاه با شیوه‌های مختلف اطلاع‌رسانی مبنی بر فروش نشریه؛
- عرضه و فروش نشریه در محل‌هایی که کمیته ناظر دانشگاه برای نشریه در نظر گرفت؛
- نظرسنجی برای ارزیابی اینکه چند درصد از مخاطبان خواننده نشریه هستند؛
- نظرسنجی در مورد رضایتمندی از بخش‌های مختلف و خواست مخاطبان از نشریه؛
- ارزیابی و تحلیل نظرات و نظرسنجی در جلسه تحریریه در خصوص بازخورد کار؛
- دسته‌بندی نتایج تحلیل و ارزیابی و انتقال به بخش‌های مرتبط برای استفاده؛
- شناسایی علایق، خواست و نیازهای مخاطبان؛



- جلسه هیأت تحریریه برای ارائه راهکارها و روش‌های بهبود نشریه؛
- آغاز کار برای تأمین محتوا و سایر امور نشریه شماره بعد.

### تشکیل هسته اولیه برای انتشار نشریه

دانشجویان یا استادانی که قصد انتشار نشریه را دارند، بهتر است در ابتدای کار با چند نفر از دوستان و نزدیکان خود در دانشگاه صحبت و مذاکره کنند و آنها را تشویق به همکاری برای تشکیل یک گروه به منظور انتشار نشریه نمایند؛ این گروه می‌تواند حداقل دو تا سه نفر باشد، تا نام آنها برای اخذ مجوز انتشار به‌عنوان صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر معرفی شود. تعداد هسته اولیه محدودیتی ندارد و هر چه بیش‌تر باشد، مشارکت دانشگاهی بیش‌تر است. همچنین کار مهم دیگری که هسته اولیه باید انجام دهد، انتخاب نام مناسب برای نشریه است.

### شرایط انتخاب نام نشریه

انتخاب نام نشریه از اولین مراحل شروع کار نشریه محسوب می‌شود، که پس از مشخص شدن اهداف، زمینه و نحوه فعالیت، باید توسط هسته اولیه نشریه انتخاب شود، چون «نام نشریه» و معنی آن، هنگام درخواست صدور مجوز انتشار، اولین اطلاعاتی است که از متقاضی خواسته می‌شود؛ از این رو قبل از هر کاری باید با رعایت شرایط و قواعد مطبوعاتی، نام مناسبی برای نشریه انتخاب شود.

نام نشریه خود یکی از عوامل مهم جذابیت و اثرگذاری در رسانه‌های سراسری و دانشگاهی محسوب می‌شود؛ از این رو باید در انتخاب آن دقت شود. بهتر است، نام نشریه به صورت مشورتی انتخاب گردد؛ برای این کار می‌توان با تشکیل جلسه و حضور همه دست‌اندرکاران یا اعضای هسته اولیه، علت و اهداف انتشار، زمینه و حوزه کار، گستره مخاطبان، شرایط نام خوب برای نشریه و... توسط مدیر مسؤول یا سردبیر توضیح داده شود و در یک فرصت تعیین شده چند روزه، از اعضا خواسته شود، تا نام‌های پیشنهادی و توضیحات انتخاب آن نام را برای تصمیم‌گیری ارائه نمایند؛ سپس با برگزاری یک جلسه، با حضور دست‌اندرکاران و افراد مؤثر، از بین پیشنهادهای ارسال شده، نام مناسب برای نشریه انتخاب شود. برای این کار افراد پیشنهاد کننده، می‌توانند در حضور دیگران توجیه خود را از انتخاب نام پیشنهادی برای نشریه ارائه نمایند و سایرین نیز پس از شنیدن توضیحات، در پایان نظرات و رای خود را اعلام کنند؛ باید در نظر داشت که پس از مشورت با دست‌اندرکاران و شنیدن نظرات موافقان و مخالفان، در

نهایت تصمیم نهایی برای انتخاب نام نشریه با مدیرمسئول و سردبیر است.

### عوامل مؤثر در انتخاب نام نشریه دانشگاهی

- نام نشریه کوتاه و یک کلمه‌ای باشد، یا اینکه از دو یا حداکثر سه کلمه بیش تر نشود؛

- تلفظ نام نشریه ساده بوده و روان خوانی و تکرار آن به آسانی انجام شود؛

- نام نشریه برای مخاطبان متداول و آشنا باشد و از به کار بردن کلمات دور از ذهن،

نامتعارف، گنگ و مجهول خودداری شود؛

- از کلمات بیگانه و واژه‌های لاتین به جز برای نشریات زبان خارجی استفاده نشود؛

- مفهوم دانشجویی و دانشگاهی بودن به طور مستقیم یا غیر مستقیم از آن برداشت شود؛

بهتر است مفهوم دانشگاهی بودن، غیر مستقیم از آن برداشت شود؛ نظیر اندیشه، بصیرت، صغیر

دانش، فرهیخته، فرهیختگان، چراغ علم و...

- بهتر است که کلیشه‌ای و تکراری نباشد، اسم‌هایی مثل؛ سه نقطه، نقطه سر خط، پج

پج، رویش و... مناسب هستند؛

- نام نشریه باید متناسب با محتوای نشریه باشد؛

- با روحیات و علاقه مخاطبان نشریه هماهنگ باشد.

البته یافتن نامی که همه شرایط مناسب را در زمینه مورد انتشار نشریه داشته باشد، کاری

بسیار دشوار است؛ از این رو خلاقیت در انتخاب نام، که کدام شرط در اولویت باشد، با مدیر

مسئول و سردبیر است.

پس از انتخاب نام نشریه، طراحی گرافیکی آن به صورت «شانه نوشته» یا «لوگوتایپ»

نیز در زیبایی بصری شکل ظاهری نشریه بسیار مهم است، چرا که خواننده در گیشه‌های

روزنامه فروشی، پس از نگاه کردن به شکل کلی نشریات مختلف، در نگاه جزئی تر، ابتدا برای

شناسایی هویت نشریه به «شانه نوشته» نام آن نگاه می کند، چرا که «شانه نوشته» برای

یک نشریه، به منزله نام و نام خانوادگی برای اشخاص است و به این وسیله خود را به مخاطب

معرفی می کند؛ ضمن آنکه زیبایی و جذاب بودن شکل ظاهری، همچنین خوانا بودن «شانه

نوشته» در جذب مخاطب بسیار مؤثر است (ویژگی‌های لازم برای طراحی مناسب «شانه نوشته»

به بخش هنری و گرافیکی مربوط می شود).

مخاطبان با دیدن «شانه نوشته» نشریه و تصویر ذهنی از میزان جذابیت محتوای آن، تا

حدودی علاقه یا بی علاقه‌گی خود را نسبت به آن در می یابند و تا حدی متوجه دیدگاه‌های

نشریه می شوند؛ به عنوان مثال خواننده با دیدن نشانه نوشته «ایثار» بر روی نشریه و با نشانه

نوشته «گفتمان» تا حدی متوجه مواضع نشریه و علاقه خود به آن می‌شود. مخاطب با دیدن لگوهای «خانواده سبز»، «دانستنی‌های علمی»، «دنیای الکترونیک»، «فکاهی»، «اعتراض»، «فریاد»، «خیزش» و... می‌تواند تا حد زیادی محتوای نشریه را حدس بزند.

### ترسیم چارت تشکیلاتی نشریه

برای آغاز امور اجرایی و انتشار یک نشریه ضروری است که سردبیر، ابتدا چارت تشکیلاتی نشریه را ترسیم کند؛ سپس شرح وظایف هر قسمت از چارت را تعریف کرده و کارهای مربوط به هر بخش و سرویس‌ها را مشخص نماید. در ادامه سردبیر با شناسایی توانایی و علایق همکاران خود، تقسیم کار را بر اساس توانایی‌های موجود در افراد و علایق آنها انجام می‌دهد. لازم به ذکر است، باید تقسیم وظایف و مسؤولیت با توجه به علایق افراد انجام شود، تا با انگیزه و خلاقیت بیش‌تر، امور مربوط به خود را انجام دهند.

بدیهی است که در دنیای امروزی با تخصصی شدن حوزه‌های مختلف، تضمین موفقیت هر مجموعه تا حد زیادی به توانمندی مدیر خلاق، با تجربه و آگاه وابسته است. برای کسب موفقیت در نشریات دانشگاهی نیز نقش مدیر در سازماندهی، نظم بخشی، نظارت و رهبری امور بسیار تعیین کننده و اساسی است. یک سردبیر موفق به‌عنوان مدیر نشریه دانشگاهی، باید آگاهی لازم را از مراحل مختلف کار نشریه داشته باشد و با شناخت کامل شرایط محیطی، منابع و امکانات در اختیار، نقاط ضعف و قوت، اشراف و تسلط خود را بر کار بیش‌تر کند، تا بتواند امکانات را با توجه به محدودیت‌های موجود در محیط دانشگاه به شکل بهینه به کار گیرد.

### تسلط سردبیر بر حوزه کار نشریه

یک مدیر موفق باید اقتضائات و شرایط کار در نشریات دانشگاهی را به خوبی بشناسد و نقاط قوت و ضعف حوزه کار خود را شناسایی کرده و با تدبیر و خلاقیت در پی استفاده از فرصت‌ها و کاهش تهدیدها باشد.

کار سردبیر در نشریات دانشگاهی، با عنایت به شرایط کاری خاص این حوزه، از جمله: نبود حمایت‌ها و منابع مالی لازم، محدودیت حوزه خبر، حساسیت‌های خاص جامعه دانشگاهی، نبود نیروهای با تجربه، در اولویت دوم بودن کار نشریه با توجه با شغل دانشجوی و استاد بودن دست‌اندرکاران نشریات، سلايق و تفکر مختلف، محدودیت‌های اعمال شده از سوی دانشگاه، آشنا نبودن به اصول فنی روزنامه‌نگاری و... به مراتب سخت‌تر از مدیران رسانه‌های سراسری جامعه است، که شرح کار مشخص و نیروهای موظف و شاغل در اختیار دارند، لذا انتشار یک



نشریه دانشگاهی خوب، باکیفیت و پر محتوا، در سطح و شأن جامعه دانشگاهی که بتواند نظر اکثریت مخاطبان را به خود جلب کند، کاری بسیار سخت و دشوار است، اما می‌توان با مدیریت خلاقانه و ایجاد ساختاری منظم، به کارگیری تدبیر برای مشکلات و رفع موانع، استفاده مطلوب از امکانات و توانایی‌های موجود و... تلاش خود را به کار گرفت، تا نشریه‌ای که مورد پسند دانشگاهیان باشد، منتشر شود.

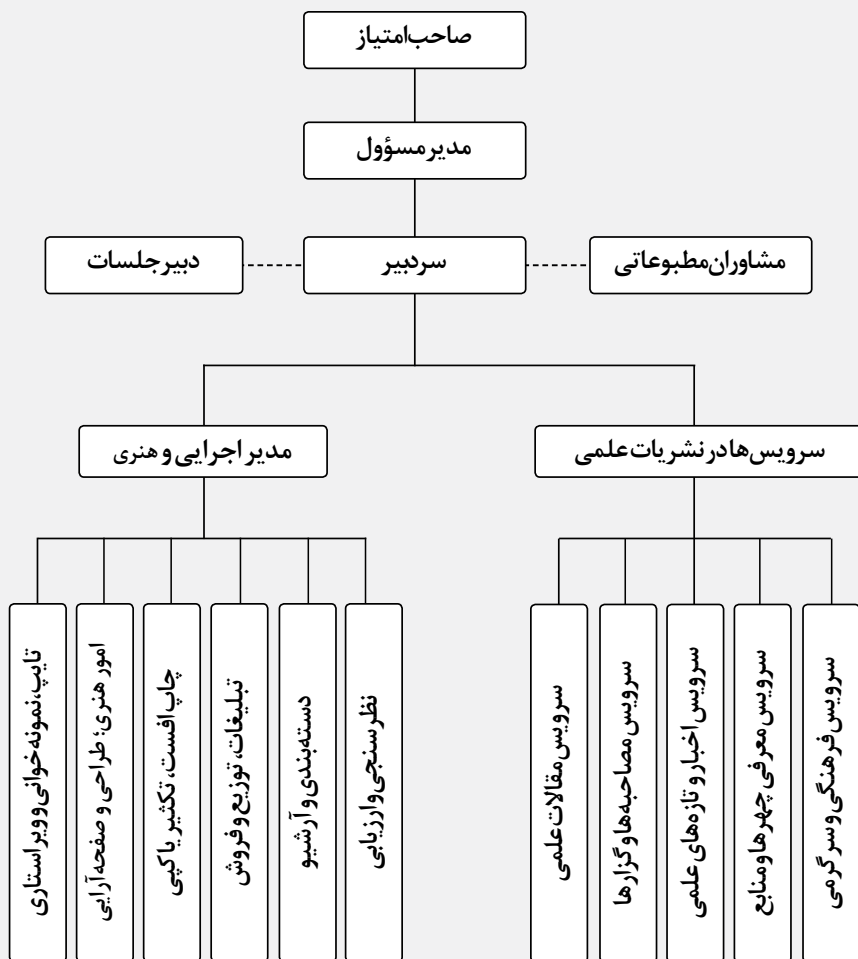
داشتن ساختار و چارت تشکیلاتی منسجم، شرط لازم برای ایجاد هماهنگی بین اعضا و اجزای سیستم، به منظور رسیدن به هدف واحد و معین است؛ مدیران نشریات مختلف می‌توانند، متناسب با شرایط و اقتضات حوزه کار، نوع سرویس‌های نشریه، زمینه انتشار و... چارت تشکیلاتی خاص خود را تعریف کنند، که در تقسیم بهتر کار و هماهنگی بیش‌تر بخش‌ها به آنها کمک کند.

از این رو چارت تشکیلاتی که برای یک نشریه علمی تنظیم می‌شود، با چارت تشکیلاتی نشریه فرهنگی یا هنری تا حدودی متفاوت است. همچنین شرایط و اقتضات محیط دانشگاه نیز اثرگذار است.

بدیهی است که چارت تشکیلاتی نشریات فعال در دانشگاه‌های بزرگ کشور، مانند دانشگاه تهران، که اغلب از پشتوانه و حمایت مناسب‌تری، نسبت به نشریات دانشگاه‌های کوچک‌تر در شهرستان‌ها برخوردار هستند، که ممکن است از حمایت چندانی برخوردار نباشند، می‌تواند تا حدی متفاوت باشد؛ در واقع چارت در نشریاتی که از توان و امکانات لازم برخوردار نباشند، کوچک‌تر شده و افراد آن محدودتر می‌شوند؛ بنابراین سردبیر می‌تواند با شناسایی دقیق توانمندی‌ها، امکانات موجود، اقتضات دانشگاه و شرایط حوزه کار خود، تغییراتی در چارت پیشنهادی نشریه ایجاد کند و بر اساس آن فرایند انتشار نشریه را اجرا کند. سردبیر با توجه به شناخت و اشرافی که بر حوزه کار دارد، مناسب‌ترین فرد برای تغییر در چارت تشکیلاتی نشریه است.

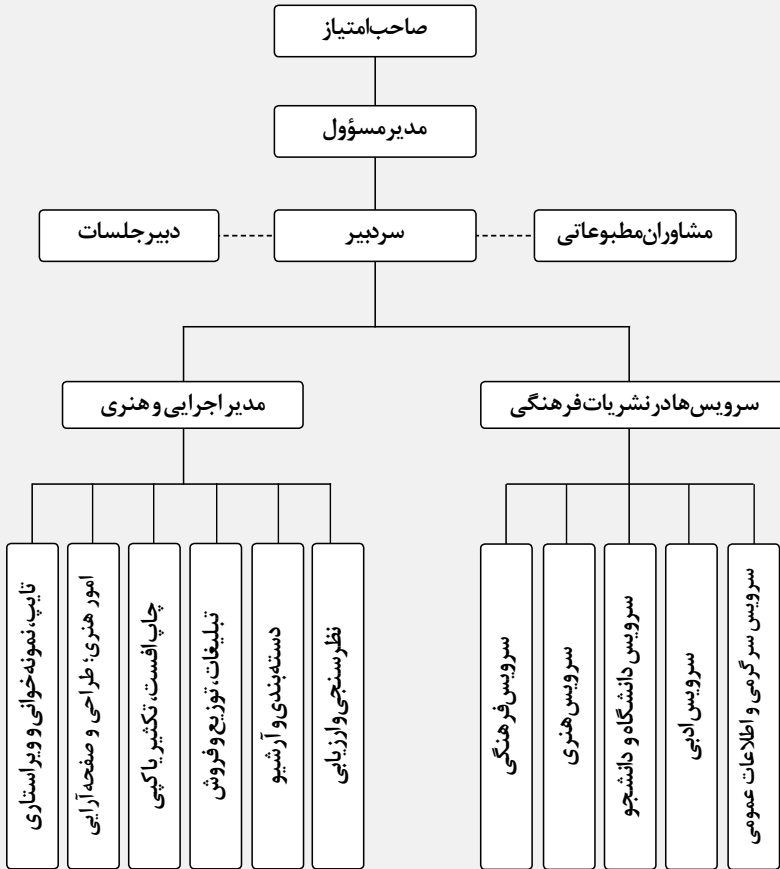
در نهایت استفاده از چارت تشکیلاتی، باید موجب تقسیم بهتر وظایف با شرح کار مشخص، هدفمند و سازماندهی شده و همکاری بهتر اعضای گروه برای استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود در راستای هدف شود و مانع موازی‌کاری‌ها، ائتلاف انرژی و آزمون و خطا گردد.

فرم شماره ۴: چارت تشکیلاتی پیشنهادی برای نشریات علمی دانشگاهی.



این چارت پیشنهادی است و دست‌اندرکاران نشریات دانشگاهی می‌توانند با استفاده از این چارت، تغییرات متناسب با شرایط دانشگاه خود را در آن ایجاد کرده و فعالیت انتشار نشریه را به صورت سازمان‌یافته و هدفمند انجام دهند. هدف آن است که وظایف مشخص و تقسیم کار شود و هر کسی بر اساس شرح کار خود بخشی از کار سیستم را پیش ببرد و در مجموع این ساختار با کار گروهی در یک فرایند هدفمند منجر به نتیجه مطلوب و رسیدن به هدف شود.

فرم شماره ۵: چارت تشکیلاتی پیشنهادی برای نشریات فرهنگی دانشگاهی.



### شرح وظایف اجزای چارت تشکیلاتی

#### صاحب امتیاز

شخص حقیقی یا حقوقی است، که امکانات و توانایی انتشار نشریه را در اختیار دارد و مجوز انتشار نشریه، توسط مراجع قانونی به نام او صادر می‌شود.

اگر صاحب امتیاز شخصیت حقیقی باشد، امکان اینکه صاحب امتیاز و مدیر مسؤول یک نفر باشند، وجود دارد، در چنین وضعیتی صاحب امتیاز در وظایف خود با مدیر مسؤول مشترک

می‌شود. در غیر این صورت، صاحب امتیاز هیچ وظیفه و مسؤولیتی در قبال مطالب منتشر شده در نشریه ندارد و تنها می‌تواند مدیر مسؤول را برکنار و شخص دیگری را معرفی کرده یا نشریه را منحل کند.

### مدیر مسؤول

مدیر مسؤول توسط صاحب امتیاز منصوب می‌شود و سیاست‌های کلی صاحب امتیاز را تدوین و اجرا می‌کند؛ همچنین مسؤولیت پاسخگویی کل محتوا و مطالب مندرج در نشریه و پاسخگویی به شکایات از نشریه در مراجع قانونی بر عهده او می‌باشد. مدیر مسؤول در نشریات جایگاهی برون سازمانی دارد؛ امکان اینکه صاحب امتیاز و مدیر مسؤول یک نفر باشد، وجود دارد.

برخی نشریات که وابستگی تشکیلاتی دارند و نشریه به‌عنوان سخنگوی آن تشکیلات محسوب می‌شود، ممکن است علاوه بر مدیر مسؤول، شورای سیاستگذاری نیز وجود داشته باشد، که خط مشی کلی نشریه را تعیین کرده و توسط مدیر مسؤول به سردبیر و هیأت تحریریه ابلاغ می‌شود، در این صورت تدوین خط مشی کلی نشریه با شورای سیاستگذاری (مدیر مسؤول خود عضوی از این شورا است) بوده و نظارت بر حسن اجرای سیاست کلی با مدیر مسؤول است. در غیر این صورت تعیین خط‌مشی کلی و نظارت بر آن، هر دو به عهده مدیر مسؤول است. وظایف مدیر مسؤول در نشریات عبارتند از:

- تدوین اهداف و سیاست کلی نشریه و اجرای آن توسط سردبیر (برای اینکه قانونگذار با مجری یک نفر نباشد)؛

- تنظیم آیین‌نامه اجرایی انتشار نشریه؛

- نظارت بر خط سیر کلی انتشار و هماهنگی با سیاست‌های تدوین شده؛

- انتصاب سردبیر به‌عنوان نماینده تام‌الاختیار خود برای اجرای انتشار نشریه؛

- نظارت بر کار سردبیر و هیأت تحریریه؛

- پیگیری تأمین نیروی انسانی، امکانات و بودجه مورد نیاز برای انتشار نشریه؛

- نظارت بر رعایت موازین حقوقی و اخلاقی نشریه؛

- تأیید نهایی محتوای مندرج در نشریه؛

- مسؤولیت پاسخگویی به مراجع قانونی در قبال مطالب منتشر شده در نشریه.

### سردبیر

سردبیر کسی است که اصول فنی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را می‌داند و بر آن تسلط و اشراف دارد، از این رو سیاست‌های کلی تعیین شده توسط شورای سیاست‌گذاری و مدیر مسؤول را برای انتشار نشریه اعمال و اجرا می‌کند. در اکثر نشریات مدیر مسؤول بخش زیادی از اختیارات خود را به سردبیر تفویض می‌کند.

وظایف سردبیر عبارتند از:

- تأیید فنی و ویرایش نهایی مطالب تهیه شده سرویس‌های مختلف؛
- نظارت بر اجرای کارها در تمام بخش‌های دبیران تحریریه و مدیر اجرایی؛
- نگارش سرمقاله، یادداشت و یا برخی از مطالب محتوا و مقاله؛
- نظارت و تصمیم‌گیری درباره چگونگی چیدمان مطالب در صفحه‌ها؛
- نظارت بر کار ویراستار برای تصحیح موارد نگارشی و دستور زبان فارسی؛
- تصمیم‌گیری درباره اضافه‌شدن یا حذف مطالب از نشریه؛
- تعیین دبیران بخش‌ها (سرویس)های مختلف نشریه؛
- تشکیل منظم جلسات هیأت تحریریه و مدیریت آن؛
- اجرای مصوبات داخلی هیأت تحریریه در چارچوب آیین‌نامه؛
- نظارت بر ویرایش، ساختار و محتوای مقالات به خصوص در زمینه سیاسی؛
- ارزیابی مطالب و مقالات رسیده و ارائه نتایج داوری‌ها به هیأت تحریریه؛
- ارائه گزارش فعالیت‌های سالانه نشریه به هیأت تحریریه و مدیر مسؤول نشریه؛
- پیش‌بینی برنامه و بودجه سالانه مورد نیاز نشریه و پیشنهاد آن به مدیر مسؤول؛
- برنامه‌ریزی و تلاش برای رشد و ارتقای کیفی نشریه؛
- افزایش غنا و اعتبار علمی نشریه برای استناد بیش‌تر مخاطبان به نشریه؛
- برقراری ارتباط و تعامل سازنده و دوستانه بین بخش‌ها بر هم‌افزایی بیش‌تر؛
- هدایت مدیر هنری یا صفحه‌آرا و نظارت بر کار او؛
- مشخص کردن ترتیب چینش مطالب نشریه و اولویت‌بندی؛
- تعیین تیترها به ویژه تیتراژ اول نشریه؛
- گرفتن تأیید نهایی از مدیر مسؤول، قبل از چاپ نشریه؛
- نظارت و پیگیری بر امور چاپ و توزیع.

در نشریات و به‌طور کلی در رسانه‌ها به ویژه نشریات دانشگاهی، برای تفکیک و جداکردن



قانونگذار از مجری، سردبیر نشریه نمی‌تواند، همزمان مدیر مسؤول آن نشریه هم باشد.

### هیات تحریریه

هیات تحریریه نشریه از ترکیب دبیران سرویس‌های مختلف تشکیل می‌شود؛ هر سرویس ممکن است از خبرنگار، نویسنده و عکاس تشکیل شود، که زیر نظر دبیر سرویس خود فعالیت می‌کنند. سرویس‌ها باید زیر نظر دبیر، محتوای صفحاتی را که به آنها اختصاص داده شده، تأمین کنند، دبیر سرویس نیز پس از تهیه و تأمین محتوا، مطالب نهایی شده را برای تأیید نهایی به سردبیر ارائه می‌کند.

### دبیران سرویس‌ها

دبیران سرویس که دبیران تحریریه نیز نامیده می‌شوند، جانشین سردبیر در سرویس‌های خود هستند؛ از این رو با سازماندهی خبرنگاران، نویسندگان و عکاسان هر سرویس، مطالب مختلف مربوط به صفحات خود را تولید و جمع‌آوری کرده یا به رشته تحریر در می‌آورند و با اعمال اصلاحات و تغییرات لازم، مطالب، طرح‌ها، عکس‌ها و سایر مضامین تهیه شده را پس از ویرایش نهایی به سردبیر ارائه می‌کنند. دبیران سرویس‌ها زیر نظر سردبیر، محتوای مربوط به سرویس خود را مدیریت می‌کنند و می‌توانند با همفکری خبرنگاران و نویسندگان، سوژه‌های مورد نظر خود را به سردبیر پیشنهاد کنند، یا اینکه براساس سوژه‌های تعیین شده توسط سردبیر و هیأت تحریریه با استفاده از قالب‌های مطبوعاتی برای صفحات اختصاص یافته، محتوا را تأمین کنند.

بدیهی است محتوایی که در هر سرویس تهیه می‌شود، باید زیر نظر دبیر آن سرویس باشد، سپس برای تأیید نهایی به سردبیر تحویل می‌گردد. دبیران سرویس‌ها بیش‌تر به کمیت و کیفیت محتوای مربوط به سرویس خود توجه دارند و نظارت برای تطابق محتوا با سیاست‌ها و خط مشی کلی نشریه بر عهده سردبیر است، تا در چارچوب موازین مورد نظر مدیر مسؤول باشد؛ ضمن آنکه سردبیر به کمیت و کیفیت کار نیز نظر دارد. با این وجود تطابق نهایی هماهنگی محتوا با سیاست تدوین شده با مدیر مسؤول است.

دبیران سرویس‌ها باید در زمان تعیین شده، مطالب مربوط به سرویس خود را تحویل سردبیر نمایند. همچنین دبیران سرویس با همفکری همکاران سرویس خود می‌توانند تیترها، سوتیترها، میان تیترها، عکس‌ها، طرح‌ها، اولویت‌بندی مطالب، نحوه چینش مورد نظر خود و... را به همراه اطلاعات لازم روی کاربرگ مخصوص قید کرده و به سردبیر پیشنهاد کنند، تا در



صورت تأیید او، از پیشنهاد دبیران در اصلاح مطالب و چینش بهتر در بخش هنری استفاده شود. دبیر سرویس به جهت ارتباط مستقیم با سرویس خود برای تأمین محتوا بیش از هر فرد دیگر بر کمیت و کیفیت محتوای تأمین شده اشراف دارد، لذا اگر به اصول فنی روزنامه‌نگاری و سیاست‌کاری نشریه نیز آشنایی داشته باشد، می‌تواند کمک بزرگی برای سردبیر باشد. در صورت فراهم شدن چنین شرایطی، زحمت و مشغله سردبیر که باید بخش‌های مختلف نشریه را مدیریت و تأیید کند، کم می‌شود و می‌تواند با اطمینان خاطر و آرامش بیش‌تری با نگاه اجمالی و مرور کلی، مطالب را تأیید کند.

پیشنهاد می‌شود در نشریات دانشگاهی، دبیران سرویس‌ها نیز همچون سردبیران دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری را بگذرانند، تا با اصول فنی کار خبرنویسی، گزارش‌نویسی، مقاله‌نویسی، مصاحبه‌خبری، اصول تیترو نویسی و اجزای تیترو، ویراستاری، اصول انتخاب عکس‌های خبری و گیرا، اصول کار گرافیک مطبوعاتی و... آشنا شوند؛ شرکت دبیران و سایر دست‌اندرکاران نشریه در دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری، به ویژه در حین کار انتشار نشریه، برای دست‌اندرکاران بسیار مفید است، چرا که موجب افزایش سطح آگاهی، تجربه و مهارت آنها می‌شود؛ حتی می‌توانند از این تجربیات و مهارت‌ها در امور مختلف زندگی شخصی خود نیز استفاده کنند، علاوه بر آن می‌توانند در راستای انتشار نشریه‌ای بهتر و مفیدتر برای مخاطبان، کمک مؤثری برای سردبیر باشند.

در این راستا تبصره ماده ۱۵ دستورالعمل ناظر بر نشریات، کمیته ناظر هر دانشگاه را موظف کرده‌است، تا در هر نیمسال تحصیلی حداقل دو دوره آموزشی بر اساس برنامه آموزشی مصوب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی برای دست‌اندرکاران نشریات دانشگاه خود برگزار کنند، البته ناگفته نماند که صدور مجوز برای متقاضیان انتشار نخستین شماره نشریه، منوط به گذراندن دوره آموزشی و اخذ گواهی پایان دوره توسط صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر بر اساس برنامه آموزشی مصوب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی است.

### مدیر اجرایی و هنری

مدیر اجرایی یا هنری زیر نظر سردبیر، کلیه کارهای اجرایی نشریه را انجام می‌دهد. مدیر اجرایی محتوای نهایی شده توسط سرویس‌های مختلف را که توسط سردبیر تأیید شد، دریافت کرده و مراحل بعدی کار را انجام می‌دهد.

اولین مرحله کار مدیر اجرایی در صورتی که محتوا حرفه‌چینی نشده باشد، الکترونیکی کردن یا تایپ (حروفچینی) محتوا است. پس از حرفه‌چینی شدن، متن مورد نظر دوباره باید نمونه‌خوانی

و ویرایش شود، تا از جا افتادگی احتمالی و بروز اشتباهات در متن، هنگام حروفچینی جلوگیری شود. برای اینکار متن حروفچینی شده به ویراستار سپرده می‌شود، تا از نظر رسم‌الخطی، درست نویسی املائی، نشانه‌گذاری و محتوایی ویرایش کند.

پس از حروفچینی و ویرایش محتوا، مرحله بعد انجام امور گرافیکی و زیبا سازی بصری نشریه است، این کار توسط صفحه‌آرا و زیر نظر مدیر هنری انجام می‌شود، البته ناگفته نماند که سردبیر بر تمام مراحل اجرای کار، به ویژه ویراستاری و مرحله نهایی صفحه‌آرایی نظارت دارد.

صفحه‌آرا باید علاوه بر آشنایی با نرم افزارهای رایانه‌ای ویژه امور صفحه‌آرایی؛ مانند: ایندیزاین، پیج میکر و پابلیشر، کوارک و... به اصول روزنامه‌نگاری و گرافیکی نیز مسلط باشد، چون کار گرافیک مطبوعات، ترکیبی از این سه هنر است که به همراه خلاقیت و ذهن ایده پرداز صفحه‌آرا، کامل می‌شود. خلاقیت نیز با ممارست، تمرین و کسب تجربیات بیش‌تر در گذر زمان حاصل می‌شود، در این راه مشاهده آثار هنری و ایده‌های دیگر هنرمندان، می‌تواند به رشد خلاقیت ذهنی صفحه‌آرا کمک کند (لازم به ذکر است که مؤلف بحث اصول گرافیک مطبوعاتی در نشریات دانشگاهی را به صورت تخصصی در یک کتاب جداگانه در دست تألیف دارد که به زودی چاپ خواهد شد، لذا به بحث گرافیک در همین حد بسنده می‌شود).

### شرح وظایف مدیر اجرایی یا هنری

- دریافت محتوای تأیید شده توسط سردبیر از سرویس‌ها و انجام مراحل بعد؛
- پیگیری امور حروفچینی، ویراستاری، صفحه‌آرایی، چاپ، آرشیو، تبلیغ، فروش و...؛
- پیگیری و تهیه امکانات مورد نیاز برای بخش‌های مختلف با همکاری سردبیر؛
- ارتباط مستمر و تنگاتنگ با سردبیر و دبیران سرویس برای هماهنگی با بخش فنی؛
- ارسال فایل صفحه‌آرایی شده نشریه برای تأیید سردبیر؛
- ارسال فایل تأیید نهایی شده توسط مدیرمسئول و سردبیر، برای چاپ؛
- تبلیغات در سطح دانشگاه برای اطلاع رسانی و فراهم کردن زمینه فروش نشریه؛
- ارسال برای مشترکین و فروش نشریه در مکان‌های تعیین شده توسط کمیته ناظر.

### برگزاری جلسات منظم هیأت تحریریه

جلسات هیأت تحریریه باید حداقل هفته یکبار با حضور سردبیر، دبیران سرویس‌ها، مدیر هنری، دبیر جلسه، در صورت امکان مشاور مطبوعاتی و... تشکیل شود. در نشریات دانشگاهی



ممکن است به جهت مشغله درسی دانشجویان و تدریس اساتید امکان حضور همه اعضا در یک جلسه فراهم نشود، از این رو برای حل مشکل می‌توان جلسه را با هماهنگی وقت آزاد اعضا، به صورت دو یا چند مرحله‌ای در دو یا چند زمان مختلف برگزار کرد، تا هر کدام از اعضا متناسب با وقت آزاد خود در یکی از آن جلسه شرکت کنند، اما نکته مهم اینجاست که برگزاری جلسات هیأت تحریریه به این شکل موجب ناهماهنگی می‌شود؛ از این رو سردبیر یا جانشین سردبیر... که بر روند کار اشراف کامل دارند، باید با شرکت در جلسات دیگر حلقه ارتباطی بین جلسات، برای موارد مطرح شده و انتقال تصمیمات گرفته شده باشند، همچنین تنظیم فرم صورتجلسه و ثبت مصوبات نیز می‌تواند به هماهنگی بیش‌تر بین اعضای نشریه کمک کند. در این صورت بخش‌هایی که نیاز به ارتباط و هماهنگی بیش‌تر دارند، از طریق فرم صورتجلسه منتقل شده و اعضا می‌توانند با استفاده از فن‌آوری‌های ارتباطی، در هر زمانی که خود صلاح بدانند با هم تماس گرفته و کارهای واگذار شده را پیگیری نمایند.

### دبیر جلسات هیأت تحریریه

برای اینکه جلسات هیأت تحریریه یک فرایند رو به جلو و ثمربخش داشته باشد و در جلسات مختلف موضوعات بیهوده تکرار نشود، بهتر است سردبیر یک نفر را به‌عنوان دبیر جلسات تعیین کند و مسؤولیت دبیری جلسات را به او بسپارد.

وظایف دبیر جلسات عبارت است از:

- آماده کردن محل جلسه و تهیه امکانات لازم؛
- دعوت از اعضای واجد شرایط برای شرکت در جلسه؛
- ارسال دستور جلسه آتی و مواردی که باید در جلسه مطرح شود؛
- ثبت موارد مطرح شده و مصوبات جلسات و امضا گرفتن از حاضران؛
- ارسال نسخه‌ای از صورتجلسه برای اعضای حاضر در جلسه؛
- بایگانی سوابق جلسات در دفتر نشریه؛
- پیگیری مسؤولیت‌های تعیین شده برای اعضا با هماهنگی سردبیر؛
- ارسال سه نسخه از نشریه چاپ شده برای کمیته ناظر دانشگاه؛
- ارسال دو نسخه از نشریات چاپ شده برای وزارتخانه.

دبیر جلسات هیأت تحریریه برای انجام بهتر و منظم وظایف، باید یک فرم صورتجلسه تنظیم کند. فرم صورتجلسه شامل: شماره جلسه، زمان جلسه، مکان جلسه، دستور جلسه،

شرکت کنندگان، مطالب مطرح شده، مصوبات جلسه، امضاکنندگان و... است. دبیر جلسه باید با توجه به وظایف دبیر در هر جلسه موارد خواسته شده در این فرم را کامل نماید. برای اینکه جلسات هیأت تحریریه به طور منظم تشکیل، ثبت و پیگیری شود، بهتر است از فرم مخصوص صورتجلسه استفاده شود. یک نمونه از فرم پیشنهادی برای صورتجلسه در ادامه آمده است.

فرم شماره ۶: فرم صورتجلسه هیأت تحریریه.

فرم صورتجلسه هیأت تحریریه		
شماره جلسه:	زمان جلسه:	مکان جلسه:
دستور جلسه:		
اسامی حاضران:		
اسامی غائبین:		
مطالب مطرح شده:		
مصوبات جلسه:		
دستور کار جلسه آتی:		
امضاکنندگان:		

### ویراستار

- وظیفه ویراستار ویرایش متن‌های تأیید شده توسط سردبیر از نظر املائی، نشانه‌گذاری، دست‌ورزبان فارسی و محتوایی است.

ویراستاری به معنی تغییر، تصحیح، اصلاح، تعدیل و آرایش لفظی متن است و کار ویراستار در واقع پالایش متن‌ها می‌باشد، که با حذف کلمات زاید و افزودن کلمات مناسب و علامت‌گذاری نگارشی لازم، به وضوح، انتقال بهتر، رسایی پیام، روشنی و تأثیرگذاری بیشتر متن 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، دانشگاه‌ها، نوشته‌های علمی، فرهنگی، ادبی، سیاسی و رسانه‌های ارتباط جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف از ویراستاری عبارتند از:

- کامل شدن متن از نظر نگارش ادبی و ادبیات روز؛

- ایجاد جذابیت بیشتر در محتوا و متن برای آرایه پیام؛

- کمک به انتقال برتر و شفاف‌تر و راحت‌تر پیام متن؛

- تأثیرگذاری بیشتر پیام بر روی مخاطبان.

ویراستاری دارای ابعاد مختلف است که در نشریات بر اساس زمینه فعالیت بر آن تأکید می‌شود؛ ویراستاری به شکل‌های زیر دسته‌بندی می‌شود:

#### - ویراستاری رسم الخطی

الف) ویرایش املائی و درست نویسی؛

ب) ویرایش از جهت نشانه‌گذاری و علائم نگارشی؛

ج) ویرایش قواعد و دستور زبان فارسی.

#### - ویراستاری محتوایی

الف) ویرایش ایجازی؛

ب) ویرایش تخصصی.

ویراستاری محتوایی متن‌ها از جهت ویرایش تخصصی، اغلب توسط کسی انجام می‌شود، که به موضوع متن مسلط بوده و در آن زمینه تخصص دارد. این نوع ویرایش اغلب برای محتوای نشریات علمی و تخصصی است و در نشریات و رسانه‌ها، در سرویس‌های مربوطه توسط نویسندگان و دبیر هر سرویس انجام می‌شود، که باید اصطلاحات علمی و تخصصی به شکل درست و متناسب با تعابیر علمی نوشته شوند. ویرایش ایجازی در متن‌های علمی نیز باید توسط کسانی انجام شود که علم و دانش متناسب با متن علمی را دارا هستند.

ویرایش رسم‌الخطی از جهت ویرایش املائی و درست نویسی، ویرایش از جهت نشانه‌گذاری

و علائم نگارشی و ویرایش قواعد و دستور زبان فارسی، توسط کسی انجام می‌شود، که بر ویراستاری اخبار و دستور زبان فارسی اشراف داشته باشد.

از این رو متن‌های علمی و تخصصی نشریات نیاز به دو نوع ویرایش دارند. هم ویرایش رسم‌الخطی و هم ویرایش تخصصی، که ویرایش رسم‌الخطی توسط ویراستار نشریه که کل محتوای نشریه را از نظر درست نویسی، نشانه‌گذاری و دستورزبان ویرایش می‌کند، انجام می‌شود و ویراستاری تخصصی که در هر سرویس با نظارت دبیر سرویس صورت می‌پذیرد، اما در نشریات فرهنگی و غیر علمی ویراستار کار ویرایش محتوایی را نیز همزمان با ویرایش رسم‌الخطی انجام می‌دهد.

### سرویس بندی و تعداد صفحات در نشریات دانشگاهی

برای تعیین نوع سرویس بندی و اختصاص تعداد صفحات به هر سرویس، باید به زمینه انتشار و میزان تأکید بر هر سرویس و سیاست کاری نشریه توجه شود.

بدیهی است که نوع سرویس‌ها در نشریات سطح سبک (زررد)، با سرویس در نشریات سطح متوسط و وزین متفاوت است؛ یا اینکه نشریه‌ای با زمینه انتشار تحلیلی و سیاسی، با نشریه‌ای دیگر در حوزه صنفی از نظر تأکید بر مسائل سیاسی متفاوت هستند، لذا در صورت مساوی بودن تعداد صفحات کل این دو نشریه، به عنوان مثال ۲۴ صفحه‌ای، تعداد صفحاتی که به موضوع سیاسی اختصاص پیدا می‌کند، در این دو نشریه متفاوت است، بدیهی است که تعداد صفحات اختصاص یافته به موضوع سیاسی در نشریات سیاسی بیش تر از نشریات صنفی یا فرهنگی است، ضمن آنکه به صورت تحلیلی تر به موضوعات پرداخته می‌شود؛ از این رو یکی از کارکردهای هیأت تحریریه با نظارت سردبیر، اختصاص صفحات و ستون‌های معین به هر سرویس و تعیین موضوعات و سوژه‌ها بر اساس قالب‌های مطبوعاتی برای سرویس‌ها است. نشریات دانشگاهی (اعم از نشریات دانشجویان و تشکل‌های دانشجویی و نشریه اعضای هیأت علمی و بخش‌های دانشگاهی) می‌توانند در زمینه‌های علمی، فرهنگی، اجتماعی، صنفی و غیره فعالیت کنند. تعیین زمینه فعالیت نشریه نقش مؤثری در تعیین نوع سرویس، تعداد صفحات هر سرویس و حتی نحوه پرداختن به موضوعات مختلف دارد.

به‌عنوان مثال یک نشریه علمی می‌تواند از سرویس‌های مقالات علمی، گزارش‌ها، اخبار، تازه‌ها و نوآوری، عمومی یا گوناگون و... تشکیل شود، یا اینکه نشریه‌ای با زمینه فرهنگی می‌تواند از سرویس‌های فرهنگی، دانشگاه، صنفی، ادبی، خبری، ورزشی، طنز و سرگرمی و... استفاده کند.



البته ذکر تمامی این موارد ضرورت ندارد، چرا که بر اساس تبصره ماده یک دستورالعمل ناظر بر نشریات دانشگاهی، عنوان‌های فرهنگی و اجتماعی، زمینه‌های عقیدتی، صنفی و رفاهی، خبری و طنز را نیز در بر می‌گیرد.

تعیین سرویس‌های متفاوت در نشریه، تقسیم وظایف طبق شرح کار، هماهنگی برای اجرای بهتر کارها و سپردن مسؤلیت هر بخش از کار به دست‌اندرکاران است که به آن بخش علاقه و اشراف دارند، لذا دوستان دانشجو و عضو هیأت علمی می‌توانند بر اساس شرایط و اقتضات دانشگاه خود و توجه به زمینه انتشار، سرویس‌های متفاوتی تعریف کنند، یا اینکه ساختار چارت تشکیلاتی را بر اساس شرایط خود اصلاح کرده و دست‌اندرکاران را در بخش‌های مختلف بر حسب علاقه و مهارت چینش کنند.

بدیهی است که کار در نشریات دانشگاهی، در مقایسه با مطبوعات جامعه که از پرسنل حرفه‌ای، ثابت و حقوق‌بگیر برخوردارند، متفاوت است و مدیریت کردن یک نشریه دانشگاهی مشکلات و مسائل خاص خود را دارد، اما نباید فراموش کرد که همیشه استعدادهای درخشان در شرایط سخت و دشوار شکوفا می‌شوند و هنر یک مدیر خلاق و مبتکر این است که در شرایطی سخت و دشوار، که دیگران قادر به انجام کاری نیستند، بتواند آن کار را انجام دهد، به همین جهت می‌توانم به جرأت بگویم، سردبیرانی که موفق شوند با توجه به شرایط و وضعیت فعلی دانشگاه‌ها و میزان علاقه دانشجویان به مطالعه نشریات، بین ۱۵ تا ۲۰ درصد مخاطبان نشریه‌ی خود را تبدیل به خواننده کنند، یک مدیر موفق، نه فقط در نشریات دانشجویی، بلکه در بین رسانه‌های کشور محسوب می‌شوند؛ چرا که چنین مدیری در یک فعالیت خودجوش و داوطلبانه، با وجود موانع و مشکلات فراوان، بدون دریافت هیچگونه پاداش و حقوق، با تلاش خود نشریه‌ای منتشر می‌کند که بر روی بخش قابل توجهی از مخاطبان خود اثرگذار است. باید اذعان کرد ضریب نفوذ ۱۵ تا ۲۰ درصد در بین مخاطبان، حتی در اکثر برنامه‌های تلویزیون با تمام قدرت و هنرهای جذاب رسانه‌ای و هزینه‌های سنگینی که برای کشور دارد، نیز مشاهده نمی‌شود. از این رو سردبیری که به‌عنوان مدیر چنین نشریه‌ی دانشگاهی فعالیت می‌کند، مدیر بالقوه موفق، برای آینده کشور است که می‌تواند با مطالعه، فعالیت مستمر، هدفمند و خلاقانه، با کسب تجربیات بیش‌تر در گذر زمان موفقیت خود را در آینده تضمین کند.

#### ترسیم ماکت (نمونک) شطرنجی و چینش عناوین محتوا

برای اجرای عملی و مدیریت بهتر امور در نشریه دانشگاهی، پیشنهاد می‌شود سردبیر یک



فرم به صورت شطرنجی ترسیم کند، که هر سلول آن معرف یک صفحه نشریه باشد؛ توجه شود که تعداد صفحات نشریه، باید بر اساس ضریبی از چهار اضافه یا کم شود، از این رو نشریات می‌توانند ۱۶، ۲۰، ۲۴، ۲۸، ۳۲ و... صفحه داشته باشند. علت این موضوع فرم‌بندی در هنگام چاپ افست و یا تکثیر در دانشگاه‌هایی است که از امکانات چاپ افست برخوردار نیستند؛ در این صورت نشریه با قطع استاندارد کاغذ A3 (۲۹۷×۴۲ میلی‌متر) به صورت پشت و رو کپی می‌شود و با تا کردن آن، قطع کوچکتر A4 (۲۹۷×۲۱۰ میلی‌متر) به دست می‌آید. از این رو تعداد کل سلول‌های فرم شطرنجی براساس ضریبی از چهار و در نظر گرفتن تعداد صفحات نشریه ترسیم می‌شود.

این فرم باید در جلسات هیأت تحریریه همراه سردبیر باشد، تا سرویس، موضوع یا سوژه، قالب مطبوعاتی کار، تعداد صفحات اختصاص یافته به هر مطلب را روی آن ثبت کند و در جلسات مختلف می‌تواند، مراحل اجرا یا تکمیل هر مطلب را با علامت ویژه یا تیک مشخص نماید.

برای پرهیز از تکرار بیش از اندازه قالب‌های مطبوعاتی خاص در سرویس‌های مختلف، سردبیر می‌تواند از قالب‌های جایگزین در سرویس‌های دیگر، برای متعادل و هماهنگ کردن استفاده کند، به‌عنوان مثال در یک نشریه‌ی ۲۸ صفحه‌ای، استفاده از دو یا حداکثر سه مصاحبه متناسب با محتوای هر سرویس کافی است و نیازی نیست، که همه‌ی سرویس‌ها، یا اینکه یک سرویس از چند مصاحبه استفاده کند، چون ممکن است تعداد زیادی از صفحات نشریه با قالب مصاحبه‌ها پر شود، که ضمن ایجاد صورتی نامتعادل، امکان استفاده از قالب‌های مطبوعاتی دیگر را کاهش می‌دهد، که به تبع آن شانس ایجاد تنوع در نشریه، برای جذب مخاطبان با سلیق مختلف نیز کم می‌شود؛ از این رو به جای مصاحبه می‌توان از قالب‌های مطبوعاتی دیگر نظیر مقاله، گزارش و... در سرویس‌های دیگر استفاده کرد (انواع قالب‌های مطبوعاتی در ادامه آمده است).

سردبیر باید ضمن برقراری توازن در قالب‌های مطبوعاتی بین سرویس‌ها، در تعداد صفحات اختصاص یافته به هر سرویس نیز با توجه به تأکید بر زمینه فعالیت نشریه، توازن منطقی ایجاد کند؛ به‌عنوان مثال وقتی نشریه‌ای با زمینه فرهنگی، سیاسی و خبری منتشر می‌شود، تأکید نشریه ابتدا بر بخش فرهنگی، سپس سیاسی و در مرحله آخر خبری است، در این صورت باید تعداد صفحات بیش‌تری به موضوع فرهنگی اختصاص یابد و به ترتیب اولویت یا تأکید بر زمینه انتشار که (زیر لوگو تایپ) بر روی جلد و یا صفحه فهرست نوشته می‌شود) تعداد صفحات بین سرویس‌های مختلف توزیع شود؛ به شکلی که خوانند با ورق زدن نشریه



اولویت فرهنگی زمینه انتشار نشریه را احساس کند؛ به‌عنوان مثال: روزنامه همشهری که اولویت و تأکید زمینه انتشار آن اجتماعی است؛ در تحلیل محتوایی که مؤلف این کتاب روی شش شماره از این روزنامه انجام داد، مشخص شد بیش از ۵۵ درصد محتوای آن روزنامه به زمینه اجتماعی و کمتر از ۴۵ درصد به زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، ورزشی، آگهی بازرگانی و... اختصاص دارد؛ همچنین روزنامه جام جم نیز که با تأکید بر زمینه فرهنگی منتشر می‌شود، تحلیل محتوایی انجام شده نشان داد که بیش از ۶۰ درصد محتوای آن به موضوعات با زمینه فرهنگی و کمتر از ۴۰ درصد به سایر زمینه‌ها اختصاص داشت و سایر روزنامه‌ها و نشریات حرفه‌ای نیز چنین وضعیتی دارند. بخش زیادی از صفحات آنها به زمینه اصلی انتشار آن روزنامه یا مجله اختصاص دارد.

از این رو در نشریات دانشگاهی نیز باید تأکید بر زمینه انتشار، در تعداد صفحات اختصاص یافته، قالب‌های مطبوعاتی به کار رفته و حجم محتوای نشریه، برای مخاطبان و خوانندگان آشکار باشد.

### قالب‌های مطبوعاتی

به طور معمول در مطبوعات از قالب‌های مطبوعاتی مختلف برای جلب نظر مخاطبان مختلف متناسب با سطح و زمینه فعالیت نشریات استفاده می‌شود. قالب‌های مطبوعاتی متداول عبارتند از:

خبر، گزارش، مصاحبه، مقاله، سرمقاله، یادداشت، انواع نقد مطبوعاتی، داستان، خلاصه نویسی، عکس، طرح گرافیکی، اینفوگرافی، گرافیک اطلاع‌رسان، ترجمه، طنز، شعر، قطعه ادبی، سرگذشت‌نامه، حوادث، خاطره‌نویسی، میزگرد، نظرسنجی، طرح و کاریکاتور، کاریکلماتور، دل نوشته، معرفی، مسابقه، مناجات، دیدگاه خوانندگان، احکام شرعی، یک تصویر یک برداشت، اقتباس، پند و اندرز، سخنانی از ائمه و بزرگان، فیلمنامه و نمایشنامه، آگهی تبلیغاتی، مشاوره، پاسخ به سؤالات، جدول و...

قالب‌های ذکر شده که در مطبوعات کشور رایج است، در نشریات دانشگاهی نیز متداول است. نشریات دانشجویی از نظر استفاده از قالب‌های مطبوعاتی تفاوت 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.

فرم شماره ۷: نمونه‌ای از ماکت شطرنجی برای نشریه.

۴	۳	سرمقاله یادداشت ۲	شناسنامه نشریه فهرست مطالب توضیحات و توضیحات ۱
۸	۷	۶	۵
۱۲	۱۱	۱۰	۹
۱۶	۱۵	۱۴	۱۴
۲۰	۱۹	۱۸	۱۶
۲۴	۲۳	۲۲	۱۷

برای چینش صفحات محتوای نشریه، هیأت تحریریه ابتدا باید تعداد صفحات کل و سپس تعداد صفحات اختصاص یافته به هر سرویس (با توجه به تأکید بر زمینه انتشار) را روی فرم شطرنجی (فرم شماره ۶) را مشخص کند.

#### چینش محتوا در صفحات نشریات غیر علمی (فرهنگی و...)

سر دبیر می‌تواند در نشریات غیر عملی چینش محتوای نشریه را بر اساس سرویس‌ها انجام دهد؛ به‌عنوان مثال: اگر تعداد کل صفحات نشریه بدون احتساب جلد، ۲۴ صفحه باشد، تعداد صفحات اختصاص یافته به هر سرویس را بر اساس اهمیت آن برای نشریه مشخص کند. در ادامه به‌عنوان مصداق یک نمونه از چینش محتوا به شکل جدول هفت پیشنهاد می‌شود.

سرویس فرهنگی و هنری ۱۰ صفحه، دانشگاه و امور صنفی ۴ صفحه، ادبی ۳ صفحه، هنری ۳ صفحه، سرگرمی ۲ صفحه، همچنین دو صفحه اول هر نشریه به صفحه فهرست (شناسنامه، نشانه نوشته، توضیحات، تقدیر و تشکر) و یادداشت یا سرمقاله اختصاص دارد.

فرم شماره ۷: نمونه‌ای از ماکت پیشنهادی برای یک نشریه فرهنگی ۲۴ صفحه‌ای.

<b>فرهنگی</b> مقاله با موضوع ... ۴	<b>فرهنگی</b> مقاله با موضوع ... ۳	سر مقاله یا یادداشت با موضوع ۲	شناسنامه نشریه فهرست مطالب توصیه‌ها و توضیحات ۱
<b>فرهنگی</b> نقد در خصوص ... ۸	<b>فرهنگی</b> مصاحبه با ... ۷	<b>فرهنگی</b> مصاحبه با ... ۶	<b>فرهنگی</b> گزارش از موضوع ... ۵
<b>فرهنگی</b> گفت‌وگو با دانشجویان با موضوع روز و... ۱۲	<b>فرهنگی</b> معرفی کتاب، چهره‌ها، اماکن، آثار و... ۱۱	<b>فرهنگی</b> مقاله با موضوع ... ۱۰	<b>فرهنگی</b> اخبار دانشگاه، کشور و جهان... ۹
<b>دانشجو و دانشگاه</b> مقاله با موضوع ... ۱۶	<b>دانشجو و دانشگاه</b> نقد رسانه‌ها و نشریات و تحلیل موضوعات... ۱۵	<b>دانشجو و دانشگاه</b> اخبار صنفی دانشگاه و کشور و... ۱۴	<b>دانشجو و دانشگاه</b> گزارش صنفی بیان مشکلات و... ۱۴
<b>هنری</b> گزارشی از موسیقی اصیل ایرانی در برهه‌ای از تاریخ ۲۰	<b>ادبی</b> جملات و قطعات ادبی و معرفی شاعر و... ۱۹	<b>ادبی</b> اشعار دانشجویان و... ۱۸	<b>ادبی</b> مصاحبه با موضوع و... ۱۶
<b>سرگرمی و طنز</b> متن، فرم اشتراک نظر دانشجویان و... ۲۴	<b>سرگرمی و طنز</b> کاریکاتور و کاریکلماتور طنز و... ۲۳	<b>هنری</b> مقاله تمام‌زبیبایی‌های نقاشی ۲۲	<b>هنری</b> گزارش تأثر و سینما در یک نگاه... ۱۷

در واقع در این نوع چینش، محتوای نشریه بر حسب اولویت هر سرویس به ترتیب چیده می‌شود. نوع دیگر چینش می‌تواند بر اساس قالب مطبوعاتی باشد. به عنوان مثال ابتدا یک مقاله فرهنگی قرار گیرد، سپس یک مصاحبه سیاسی چینش شود، بعد از آن یک گزارش صنفی، سپس یک خبر فرهنگی و... البته توصیه می‌کنم در نشریات غیر علمی چینش بر اساس اولویت سرویس‌ها انجام شود.

### چینش محتوا در صفحات نشریات علمی

چینش محتوا در نشریات علمی (نشریاتی که در زمینه یک رشته تحصیلی خاص با مخاطبان خاص همان رشته تحصیلی در دانشگاه منتشر می‌شوند) با نشریات غیر علمی تا حدی متفاوت است. در این نوع نشریات بهتر است به جای چینش بر اساس سرویس، ترتیب

محتوا بر اساس قالب مطبوعاتی انجام شود. به عنوان مثال بعد از دو صفحه اول و دوم که به شناسنامه و سرمقاله اختصاص دارد، در صفحات بعد به ترتیب یک مقاله مرتبط با زمینه انتشار، سپس مصاحبه، گزارش و دوباره مقاله دوم، خبر، معرفی کتاب، گزارش دوم، مقاله سوم و غیره چینش شود.

در نشریات علمی استفاده از قالب مطبوعاتی مقاله، بیش از سایر قالب‌ها اهمیت دارد. در این نوع نشریات بار علمی متناسب با رشته تحصیلی مخاطبان مورد تأکید است. در نشریات علمی بهتر است ۸۰ درصد مطالب به بخش علمی و ۲۰ درصد آن به بخش فرهنگی و سرگرمی اختصاص یابد (علت آن در ادامه توضیح داده می‌شود). در بخش علمی که ۸۰ درصد محتوا را شامل می‌شود، بهتر است حداقل نصف مطالب بخش علمی به قالب مقاله و نصف دیگر به قالب‌های مصاحبه، گزارش، خبر، معرفی کتاب‌ها، سایت‌ها، پایان‌نامه‌ها، مؤسسات و چهره‌های موفق علمی، تازه‌های علمی و... اختصاص پیدا کند، تا از قالب‌های مختلف مطبوعاتی برای تنوع بخشی مطالب علمی استفاده شود.

در بخش فرهنگی و سرگرمی نیز می‌توان از مطالب مختلف مرتبط با زمینه انتشار با موضوعات مختلف فرهنگی، صنفی، سرگرمی، طنز کاریکاتور، جدول و غیره استفاده کرد، این کار نظر مخاطبان بیش‌تری را به سمت نشریه جلب می‌کند، چرا که برخی از مخاطبان به مطالب عمومی بیش‌تر از علمی گرایش دارند.

فرم شماره ۸۵: نمونه‌ای از ماکت پیشنهادی برای یک نشریه علمی ۲۴ صفحه‌ای.

<b>مقاله علمی ۱</b> باموضوع ... ۴	<b>مقاله علمی ۱</b> باموضوع ... ۳	سرمقاله یا یادداشت باموضوع ... ۲	شناسنامه نشریه فهرست مطالب توصیه‌ها و توضیحات ۱
<b>مقاله علمی ۲</b> باموضوع ... ۸	<b>مقاله علمی ۲</b> باموضوع ... ۷	<b>مصاحبه عمقی با</b> دکتر... باموضوع ... ۶	<b>مصاحبه عمقی با</b> دکتر... باموضوع ... ۵
<b>مقاله علمی ۳</b> باموضوع ... ۱۲	<b>معرفی</b> کتاب، چهره‌ها، اماکن، آثار مؤسسات و... ۱۱	<b>گزارش علمی</b> باموضوع ... ۱۰	<b>مقاله علمی ۲</b> باموضوع ... ۹
<b>مقاله علمی ۴</b> باموضوع ... ۱۶	<b>نازدهای علمی</b> ایران و جهان... ۱۵	<b>اخبار</b> اخبار علمی، دانشگاه کشور و جهان و... ۱۴	<b>مقاله علمی ۳</b> باموضوع ... ۱۴
<b>فرهنگی</b> باموضوعات فرهنگ و تمدن اسلامی-ایرانی ۲۰	<b>ترجمه مطلب علمی</b> باموضوع ... ۱۹	<b>گزارش علمی</b> باموضوع ... ۱۸	<b>مقاله علمی ۴</b> باموضوع ... ۱۶
<b>سرگرمی و طنز</b> متن، فرم اشتراک نظر دانشجویان و... ۲۴	<b>سرگرمی و طنز</b> کاریکاتور و کاریکلماتور طنز و... ۲۳	<b>ادبی</b> جملات و قطعات ادبی ارسالی شعر، شاعرو... ۲۲	<b>دانشجو و دانشگاه</b> گزارش از کارهای دانشگاه و خبرهای صنفی... ۱۷

### سرویس فرهنگی و سرگرمی در نشریات علمی

این سؤال که آیا در نشریات علمی دانشگاهی، از سرویس فرهنگی و سرگرمی می‌توان استفاده کرد یا خیر؛ همیشه از سوی دوستان دانشجو مطرح می‌شود. در پاسخ باید بگوییم که نشریات علمی نیز می‌توانند مانند سایر نشریات دانشگاهی غیر علمی از سرویس و صفحات سرگرمی یا به عبارتی سرویس فرهنگی یا عمومی استفاده کنند، مشروط بر اینکه از ۲۰ درصد محتوای علمی نشریه بیش‌تر نشود.

نتایج تحقیقات پژوهشگران و دانشمندان علوم ارتباطات، نشان می‌دهد که گرایش اقشار مختلف جامعه، اعم از کسانی که از تحصیلات بالا، متوسط یا پایین برخوردار هستند، به خواندن یا دیدن مطالب سرگرمی و طنز، به مراتب بیش‌تر از مطالب علمی و تخصصی است و سرانه

زمانی را که افراد جامعه برای خواندن یا دیدن مطالب سرگرمی صرف می‌کنند، به شکل معناداری بیش‌تر از مطالب علمی است؛ ضمن آنکه طرفداران پرو پا قرص مطالب علمی و تخصصی صرف، حتی در افراد دارای تحصیلات بالا نیز محدود است.

امروزه بسیاری از صاحب‌نظران علوم ارتباطات، از شکل افراطی تهیه‌ی محتوا با مضامین سرگرمی در رسانه‌های جوامع غربی انتقاد می‌کنند و معتقدند که پرداختن بیش از حد به محتوای سرگرمی و طنز موجب سطحی‌نگری و کاهش قدرت تحلیل اقبال مختلف جامعه می‌شود، سطحی‌نگری جامعه نیز موجب بی‌تفاوتی مردم نسبت به مسائل کشور شده، در نهایت منجر به کاهش مشارکت و نظارت نکردن بر کارهای دولت می‌شود؛ آنها یکی از دلایل بروز خطاها و فسادهای دولتی را، بی‌تفاوتی مردم تحت تأثیر محتوای سطحی و زرد رسانه‌ها می‌دانند، که افکار و نظرات مردم را به سمت بی‌تفاوتی سوق می‌دهند؛ با این وجود اندیشمندان، استفاده از حد متعارف محتوای سرگرمی و اوقات فراغت در رسانه‌ها و نشریات را ضروری دانسته و این مهم را یکی از کارکردها و رسالت‌های اصلی رسانه‌ها در جوامع توسعه یافته یا در حال توسعه به شمار می‌آورند و معتقدند که بخشی از محتوای رسانه‌ها باید به سرگرمی و اوقات فراغت مخاطبان اختصاص یابد، از طرفی به جهت گرایش اکثر مخاطبان به محتوای سرگرمی، می‌توان توجه بخش بیش‌تری از مخاطبان را به خواندن نشریه جلب کرد. این موضوع در جامعه ما نیز صادق است و گرایش به مطالب سرگرمی، در بین مخاطبان نشریات دانشگاهی (به علت جذابیت، هماهنگی با علایق، کوتاه بودن، نگاه انتقادی، انتقال آسان و ارتباط با زندگی و کار آنها و...) به مراتب بیش‌تر از گرایش آنها به مطالب علمی است، لذا باندبیر و برنامه‌ریزی درست، می‌توان از این واقعیت به‌عنوان یک فرصت استفاده کرد و با بهره‌گیری از علایق مخاطبان، آنها را به سمت خواندن مطالب دیگر نشریه هدایت کرد، چرا که استفاده از محتوای سرگرمی به‌میزان مناسب و متعارف، بخشی از رسالت کاری نشریات محسوب می‌شود. از این رو با توجه به‌میزان پایین مطالعه نشریات، در جامعه دانشگاهی کشور، سرویس سرگرمی و عمومی می‌تواند برای جذب بیش‌تر مخاطبان نشریات علمی مؤثر واقع شود، ضمن آنکه در سرویس سرگرمی نیز می‌توان با ارائه نکات آموزشی و فرهنگی در راستای تقویت فرهنگی حرکت کرد.

موضوع سرویس سرگرمی و فرهنگی در نشریات علمی دانشگاهی، وقتی که بحث جذب مشارکت بیش‌تر مخاطبان برای ایجاد پویایی و نشاط در محیط دانشگاه به میان می‌آید، اهمیت بیش‌تری پیدا می‌کند، چون ممکن است برخی از مخاطبان به خاطر علاقه به بخش سرگرمی و فرهنگی با خرید نشریه، مطالب علمی آن را هم مطالعه کنند و به تدریج



به خوانندگان پیگیر آن تبدیل شوند. نشریات دانشگاهی که از غنای مطلوب برخوردار باشند، می‌توانند با استمرار انتشار، موجب افزایش آگاهی، مشارکت، پویایی، رقابت سالم و سازنده و رشد علمی و فرهنگی دانشگاه شوند؛ در واقع می‌توان گفت، رشد علمی دانشگاه تا حد زیادی متأثر از فضای پویا و با نشاط فرهنگی دانشگاه است و دانشگاه‌هایی که از نشاط فرهنگی و روانی مناسب برخوردار نباشند، به طور حتم، سطح رشد آموزشی آنها نیز کاهش پیدا می‌کند. نشریات مختلف دانشگاهی، فعالیت‌های فوق برنامه، مسابقات فرهنگی و ورزشی، اردوهای دانشجویی، میزگردهای علمی و فرهنگی، مناظره‌ها، جشن‌ها، تریبون آزاد، کانون‌های علمی، شکل‌های دانشجویی و... از جمله برنامه‌ها و مواردی هستند که می‌توانند به پویایی فضای دانشگاه کمک کنند، که نشریات دانشگاهی به جهت دارا بودن قابلیت رسانه‌های ارتباط جمعی، موقعیت ممتاز و ویژه‌ای دارند؛ رسانه‌های ارتباط جمعی دارای قابلیت سرعت، استمرار، پوشش گسترده و وسیع مخاطبان، جهت‌دهی، ارتباط همزمان با تعداد زیادی از مخاطبان، تعاملی بودن و... اثرگذاری زیادی بر خوانندگان دارند، این ویژگی‌ها تا حد زیادی در نشریات دانشگاهی نیز وجود دارد و به آنها توانایی ویژه‌ای می‌دهد، که می‌توان از آن برای رشد و پویایی علمی و فرهنگی استفاده کرد.

### جدول زمانبندی و تقسیم کار دبیران سرویس‌ها

در جلسات تحریریه، صفحات اختصاص یافته به سرویس‌ها مشخص می‌شود و به دبیران سرویس‌ها اعلام می‌گردد تا طبق زمان مقرر شده محتوای مورد نیاز برای سرویس خود را تهیه و تولید کنند. یک نمونه از فرم شطرنجی که در جلسه هیأت تحریریه، با حضور سردبیر، دبیران سرویس، مدیر هنری و... تنظیم و تکمیل گردید، در اختیار دبیران سرویس قرار می‌گیرد. پس از مشخص شدن تعداد صفحات، محتوا و قالب‌های مطبوعاتی در جلسه هیأت تحریریه، هر سرویس باید زیر نظر دبیر سرویس خود، در زمان تعیین شده صفحات اختصاص یافته به آن سرویس را پر کند. بهتر است دبیر سرویس نیز یک جدول شرح کار ترسیم کند و برای برنامه‌ریزی و مدیریت بهتر، در جدول ترسیم شده عنوان موضوع، قالب مطبوعاتی کار، تعداد صفحات اختصاص یافته به موضوع، مسؤؤل پیگیری، زمان تحویل اولیه، حداکثر زمان باقیمانده تا تحویل نهایی را قید نماید و بر اساس آن تولید محتوا را مدیریت کند و سردبیر نیز به طور منظم بر روند کار نظارت داشته باشد، تا در صورت بروز مشکل در هر قسمت، با تقویت آن بخش، مانع از تأخیر در انتشار نشریه شود.

فرم شماره ۹۵: نمونه‌ای از جدول شرح کار مربوط به دبیر سرویس.



موضوع یا سوژه کار	قالب کار	پیگیری کنندگان	تعداد صفحه	تاریخ تحویل اولیه	تاریخ تحویل نهایی
امیدیه آینده	مقاله	آقایان رضایی و میرزایی	۲	.../۲/۱۷	.../۲/۲۰
آموزش دانشگاه	گزارش	آقای میرزایی	۱	.../۲/۱۵	.../۲/۲۱
رویدادها و...	اخبار	خانم حاتمی	۱	.../۲/۱۹	.../۲/۲۱
...	...	...	...	...	...

دبیر سرویس می‌تواند افرادی را که با او همکاری می‌کنند، در جدول شرح کار چینش کرده و با کمک آنان اقدام به تولید و تأمین محتوا برای صفحات مرتبط به سرویس کند. باید توجه داشت در دانشگاه اغلب تعداد افرادی که تمایل به همکاری داوطلبانه با نشریه یا یک سرویس را دارند، مشخص نیست، در اکثر مواقع تعداد دانشجویان یا همکاران که مایل به همکاری با هر سرویس هستند، از دو یا سه نفر بیش‌تر نمی‌شود، از این رو دبیر سرویس، در جلسه هیات تحریریه، باید وظیفه تأمین محتوا برای تعداد صفحه‌ای را بپذیرد که توانایی تأمین محتوای آن صفحات را بر اساس نیروی در اختیار و زمان تعیین شده دارد، یا اینکه با استفاده از شیوه‌های مختلف افراد بیش‌تری را دعوت به همکاری با نشریه کند.

سردبیر نیز قبل از هر چیزی باید بر اساس توانایی موجود، تعداد کل صفحات نشریه را تعیین کند و دقت داشته باشد، تعداد صفحه‌ای را که برای تأمین محتوا به عهده دبیران سرویس می‌گذارد، با توجه به زمان محدود تعیین شده قابل تحقق باشد. بهتر است در ابتدای کار و در شماره‌های نخستین، نشریه را از تعداد صفحات کم شروع کند، سپس به تدریج با افزایش توانمندی و فراهم شدن شرایط به تعداد صفحات بیفزاید، تا صفحات نشریه به یک عدد مطلوب، به‌عنوان مثال ۲۸ صفحه برسد و این تعداد صفحه در تمام شماره‌های آتی ثابت بماند و نشریه‌ای با ۲۸ صفحه منتشر شود.

### ساخت ماکت نشریه توسط دبیر سرویس

دبیر هر سرویس می‌تواند برای انتقال بهتر پیشنهادها و خود به سردبیر و مدیر هنری یک ماکت به شکل یک دفترچه کوچک درست کند و در پایان کار تأمین محتوا با مشورت همکاران خود در سرویس مورد نظر، تیترها و اجزای تیترها، عکس‌های مورد نظر و جای قرارگیری،



عکس‌های مورد نیاز که مدیر هنری باید متناسب با هر متن تهیه کند، طرح‌های مورد نظر، نوع چینش و توضیحات خود را در این ماکت کوچک به سردبیر و مدیر هنری پیشنهاد کند که در صورت موافقت سردبیر اعمال شود.

### نمونه عملی تأمین و چینش محتوا در یک سرویس

برای آنکه کار دبیر یک سرویس به صورت عملی آموزش داده شود، یک نمونه چینش محتوا از یک سرویس (در اینجا سرویس فرهنگی) به عنوان مصداق اجرا می‌شود.

به عنوان مثال در جلسه هیأت تحریریه تصمیم گرفته می‌شود، که از ۲۸ صفحه نشریه، ۱۰ صفحه آن به سرویس فرهنگی اختصاص پیدا کند. در این ۱۰ صفحه، برای ایجاد تنوع، بهتر است از موضوعات و قالب‌های مختلف استفاده شود. در بیش‌تر مواقع برای متوازن شدن محتوای سرویس‌های مختلف نشریه، قالب‌های مطبوعاتی و موضوعات محتوای هر سرویس به پیشنهاد دبیر سرویس و تأیید سردبیر انجام می‌شود؛ پس از تأیید موضوعات در جلسه هیأت تحریریه توسط سردبیر، کار تولید محتوای سرویس‌ها شروع می‌شود.

البته این موضوع بیش‌تر در شماره نخستین نشریه صدق می‌کند، چون در شماره‌های بعدی، برخی از ستون‌های نشریه ثابت می‌مانند و بر اساس یک عنوان ثابت ستون یا صفحه، به عنوان مثال: ستون حرف دل، خبرهای دانشگاه، تازه‌های نوآوری، گفت‌وگو، گزارش صنفی و... در شماره‌های آتی نشریه، حول محور این ستون‌ها، محتوای جدید تهیه می‌شود و اصل ستون و موضوع ثابت می‌ماند.

دبیر سرویس فرهنگی باید برای تأمین محتوای ۱۰ صفحه اختصاص یافته به سرویس فرهنگی، متناسب با موضوعات تعیین شده و در نظرگیری شرایط و اقتضات دانشگاه و مخاطبان تلاش خود را به کار گیرد.

برای اشراف بر کار تأمین محتوا، بهتر است سوژه‌ها و قالب کار، پیگیری کنندگان، زمان تحویل براساس عناوین محتوا که در صفحه شطرنجی تعیین شده، جدول پیشنهادی (جدول شماره ۹) توسط دبیر سرویس ترسیم و تقسیم کار شود، اگر تعداد همکاران دبیر سرویس، محدود به دو یا سه نفر است، کارها را بین خود تقسیم کنند و هر کدام بخشی یا بخش‌هایی از کار را بر عهده بگیرند، به همین جهت پیشنهاد می‌کنم دوره انتشار مجله یا نشریه دانشگاهی که زمینه علمی دارند به صورت دو ماهنامه در نظر گرفته شود، تا اگر تعداد دست‌اندرکاران محدود به دو یا سه نفر شد، تأمین محتوا در زمان تعیین شده انجام شود؛ همچنین نشریاتی که به شکل خبری، صنفی، سیاسی و... منتشر می‌شوند و در آنها عنصر زمان و سرعت تعیین‌کننده است، بر اساس اهمیت عنصر زمان، می‌توانند صفحات خود را کاهش دهند، تا بر اساس دوره

انتشار، به طور منظم و سر وقت نشریه را منتشر کنند، یعنی اینکه نشریات خبری، برای انتقال سریع اخبار با توجه به توانایی و شرایط موجود، بهتر است تعداد صفحات را کاهش دهند؛ به عنوان مثال بهتر است دوره انتشار نشریه خبری و صنفی حداکثر به صورت هفته نامه باشد؛ چرا که اخبار و اطلاعات باید به روز بوده و در کمترین زمان به اطلاع مخاطبان برسد، تا از اثرگذاری لازم برخوردار شود. گذر زمان از اثرگذاری اخبار و انتقادهای بر مخاطب می‌کاهد، ضمن آنکه موجب اشاعه شایعه می‌شود؛ در نشریات علمی و یا برخی مجلات فرهنگی دوره انتشار یک یا دو ماهه مناسب است، چون گذر زمان بر روی محتوا چندان اثر منفی ندارد.

به عنوان مصداق عملی، در ادامه کار تأمین محتوای سرویس فرهنگی برای پر کردن ۱۰ صفحه آمده است. هیأت تحریریه با تأیید سردبیر پیشنهاد می‌کند، صفحات سرویس فرهنگی به شرح زیر تأمین محتوا شود، دبیر سرویس که خود عضوی از هیأت تحریریه است، با ارزیابی امکانات و توانایی خود، مسؤوولیت تعداد صفحاتی را که در مدت تعیین شده، می‌تواند پر کند، می‌پذیرد.

- مقاله دبیر سرویس فرهنگی در خصوص جشنواره نشریات دانشجویی؛ ۱ صفحه
- گزارش (سوژه این شماره: جشن‌های سنتی ایرانیان)؛ ۱ صفحه
- مصاحبه (سوژه: جنگ نرم و تهاجم فرهنگی، وهم یا واقعیت)؛ ۲ صفحه
- خبرهای فرهنگی دانشگاه و کشور؛ ۱ صفحه
- معرفی کتاب، سایت، آثار و چهره‌های فرهنگی کشور؛ ۱ صفحه
- کاریکاتور و طنز (سوژه: دانشجویان بی‌انگیزه یا دانشگاه غیرفعال و بی‌رمق)؛ ۱ صفحه
- مقاله (سوژه: هیچ یا برای هیچ با نقدی بر فیلم سینمایی گینس)؛ ۱ صفحه
- گزارش (سوژه: موسیقی سنتی ایرانی در سراسیسی یا صعود)؛ ۱ صفحه
- مقاله (سوژه: توسعه شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدهای فرهنگی) ۱ صفحه

فرم شماره ۱۰: فرم شطرنجی عناوین و صفحات سرویس فرهنگی.

<b>فرهنگی</b> گزارش: جشن سنتی ایران زمین ۴	<b>فرهنگی</b> مقاله: گذری بر جشنواره نشریات دلشجویی ۳	<b>سرمقاله</b> توسط سردبیر یا مدیر مسؤول ۲	شناسنامه نشریه فهرست مطالب توصیه‌ها و توضیحات ۱
<b>فرهنگی</b> معرفی کتاب: چهره‌ها، نهاد‌های فرهنگی ۸	<b>فرهنگی</b> خبرهای فرهنگی دانشگاه و کشور ۷	<b>فرهنگی</b> مصاحبه: جنگ نرم و تهاجم فرهنگی ۶	<b>فرهنگی</b> مصاحبه: جنگ نرم و تهاجم فرهنگی ۵
<b>فرهنگی</b> گفت‌وگو با دانشجوین با موضوع روز و... ۱۲	<b>فرهنگی</b> موسیقی سنتی ایران در سراشیمی یاصعود ۱۱	<b>فرهنگی</b> هیچ یا برای نقد فیلم سینمایی کینس ۱۰	<b>فرهنگی</b> کاریکاتور، شعر و طنز فرهنگی ۹

فرم شماره ۱۱: جدول شرح کار سرویس فرهنگی.

موضوع یا سوژه کار	قالب کار	پیگیری کنندگان	تعداد صفحه	تاریخ تحویل اولیه	تاریخ تحویل نهایی
گذری بر جشنواره نشریات دلشجویی	مقاله	دبیر سرویس	۱	.../۱۵/۲	.../۲۱/۲
جنگ نرم و تهاجم فرهنگی، وهم یا واقعیت	مصاحبه	آقای میرزایی	۲	.../۱۷/۲	.../۲۱/۲
جشن‌های سنتی ایرانیان	گزارش	خانم حاتمی	۱	.../۱۶/۲	.../۲۱/۲
رویدادهای دانشگاه و کشور	اخبار	آقای رضایی	۱	.../۱۹/۲	.../۲۲/۲
کتاب، چهره‌ها، مراکز فرهنگی	معرفی	آقای میرزایی	۱	.../۱۷/۲	.../۲۱/۲
دانشگاه بی حال و بی رمق	طنز	خانم حاتمی	۱	.../۱۶/۲	.../۲۱/۲
نقد فیلم سینمایی گینس	مقاله	آقای رضایی	۱	.../۱۹/۲	.../۲۲/۲
موسیقی سنتی ایرانی در سراشیمی یاصعود	گزارش	خانم حاتمی	۱	.../۱۶/۲	.../۲۱/۲
توسعه شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدهای فرهنگی	مقاله	دبیر سرویس	۱	.../۱۷/۲	.../۲۱/۲

موارد ذکر شده برای سرویس فرهنگی پیشنهادی است و دبیر سرویس می‌تواند برای سرویس فرهنگی متناسب با سیاست کاری، شرایط و اقتضات دانشگاه و... صفحات اختصاص یافته را پر کند. در صورتی که نشریه سرویس هنری نداشته باشد موضوعات مختلف هنری، نقاشی، طراحی، سینما، تئاتر، موسیقی، خوشنویسی، هنرهای تجسمی و در حوزه سرویس

فرهنگی قرار می‌گیرد.

### نشریات دانشگاهی از نظر شکل ارائه

نشریات دانشگاهی از نظر شکل ظاهری ارائه می‌توانند به دو شکل مجله‌ای و روزنامه‌ای منتشر شوند.

نشریات مجله‌ای، دارای طرح روی جلد و صفحه فهرست بوده و اغلب برای نشریات علمی و تحلیلی استفاده می‌شوند که دوره انتشار ماهنامه، دو ماهنامه و یا بیش‌تر دارند و قطع آنها اغلب بر اساس اندازه استاندارد A4 (۲۱ در ۲۹۷ میلی‌متر) و B4 (۲۴۰ در ۳۴۰ میلی‌متر) است، البته این استاندارد مربوط به کاغذ می‌باشد. نشریات دانشگاهی به شکل روزنامه‌ای، اغلب برای نشریات خبری، سیاسی، صنفی، ویژه‌نامه و... با دوره انتشار کمتر از ماه به کار می‌رود که در قطع‌های مختلف منتشر می‌شوند، برخی مواقع با فراهم بودن امکانات چاپ افست، هم اندازه با روزنامه‌های قطع متوسط سراسری کشور (در اندازه ۳۵ در ۵۰ سانتی‌متر)، در دو تا چهار صفحه یا بیش‌تر منتشر می‌شوند، البته دوره انتشار مناسب برای این نوع نشریات هفته‌نامه است.

### تعیین دوره زمانی انتشار نشریه

با توجه به اینکه تأمین محتوا در نشریات دانشگاهی، کاری دشوار و زمان‌بر است و دست‌اندرکاران نشریه نیز از وقت آزاد کمی برای فعالیت در آن برخوردار هستند، لذا بهتر است دوره انتشار نشریه علمی به صورت دو ماهنامه در نظر گرفته شود. به‌عنوان مثال در شروع ترم تحصیلی مهر، زمان انتشار نشریه ۲۰ آبان در نظر گرفته شود و تمام برنامه‌های مختلف برای تولید محتوا، ویراستاری، صفحه‌آرایی، چاپ و غیره بر اساس توزیع نشریات در آن تاریخ تنظیم گردد.

تعیین تاریخ مشخص برای انتشار و فروش نشریه، موجب می‌شود که خوانندگان در آن تاریخ منتظر شماره آتی نشریه باشند، از این رو تعیین زمان دقیق انتشار و توزیع به موقع نشریه تأکید می‌شود و در ترم‌های آینده نیز نشریه باید سر موعده تعیین شده منتشر و توزیع گردد.

لازم به ذکر است که در حال حاضر یکی از نقاط ضعف نشریات دانشگاهی انتشار نامنظم آنها است که باعث می‌شود، نتوانند به نحوی مطلوب با خوانندگان خود ارتباط برقرار کنند، اگر ارتباط لازم بین نشریه و خواننده برقرار شود و نشریه منفعت مورد نظر مخاطبان را داشته



باشد، آنها به خرید و خواندن شماره‌های آتی نشریه حتی با قبول زحمت مصمم می‌شوند. یک نظریه علمی در این باره معتقد است، برای اینکه مخاطبان یک نشریه تبدیل به خواننده شوند و به دنبال دریافت نشریه باشند، باید پاداش داده شده نشریه به خواننده بیش از هزینه آن باشد؛ پاداش داده شده نشریه به خوانندگان در قالب آگاهی بخشی، اطلاع رسانی، آموزش، سرگرمی و غیره به صورت پاداش آتی و آتی به خواننده داده می‌شود، لطیفه، سرگرمی، جدول، مسابقه و... پاداش آتی هستند و اخبار آب و هوا، مقالات، گزارش‌ها و... برای خواننده پاداش آتی دارند، در مقابل مخاطب یا خواننده باید برای دریافت این اطلاعات (پاداش)، هزینه خرید و زحمت رفت و برگشت جهت خرید نشریه از محل فروش را نیز متقبل شود؛ هر چه پاداش اعطا شده نشریه، از هزینه متقبل شده مخاطب بیش‌تر باشد، اقبال مخاطبان به نشریه نیز افزایش می‌یابد. بنابراین نشریات دانشگاهی باید به طور منظم اطلاعات مورد نیاز مخاطبان (که از آن به‌عنوان پاداش یاد می‌کنم) را در اختیارشان قرار دهند، اگر این اطلاعات به شکلی نامنظم و بدون تاریخ مشخص توزیع منتشر شوند، رغبت و اقبال مخاطبان برای استفاده از این پاداش کاهش می‌یابد.

لازم می‌دانم برای توجیه بهتر موضوع و ملموس شدن آن برای شما مثالی از روزنامه‌ها یا مجلات کشور بزنم. فرض کنید که یکی از روزنامه‌های سراسری کشور، مانند روزنامه ایران، از هفته آینده به شکل منظم و همه روزه منتشر نشود، یک روز منتشر و روز دیگر منتشر نشود، در ادامه دو روز منتشر و یک روز منتشر نشود و این روند ادامه پیدا کند، به طور حتم روزنامه خوانندگان خود را از دست خواهد داد. نشریات دانشگاهی نیز اگر مانند مجلات سراسری کشور به طور منظم و با تاریخ مشخص منتشر شوند، می‌توانند خوانندگان ثابت پیدا کنند که شماره‌های مختلف نشریه را پیگیری و دنبال نمایند.

### استفاده از صفحات یاستون‌های ثابت در نشریه

بهتر است نشریات دانشگاهی با رعایت اصول روزنامه‌نگاری و همراه کردن بیش‌تر خوانندگان، صفحه یا ستون ثابت داشته باشند، به‌عنوان مثال ستونی تحت عنوان «معرفی چهره» داشته باشند که در هر شماره به معرفی یک چهره مؤثر و موفق و یا حتی دانشگاهیان عادی بپردازند، که در همه شماره‌ها ستون و صفحه ثابت داشته باشد. یا اینکه ستون «تازه‌های نوآوری» که در هر شماره ثابت باشد؛ ستون آزاد، گذری بر رسانه‌ها، از گوشه کنار دانشگاه، گزارش تحلیلی، مقاله و... می‌توانند نمونه‌ای از این ستون‌ها یا صفحات ثابت در نشریه باشند که در تمام شماره‌ها با عنوان یا کلیشه ثابت و محتوای متفاوت در شماره‌های مختلف تکرار

- شوند. در اغلب موارد ستون ثابت نشریات، خوانندگان ثابت نیز دارد.
- ستون یا صفحات ثابت در نشریات مزیت‌هایی را به همراه دارد که عبارتند از:
  - کار تأمین محتوا در سرویس راحت‌تر می‌شود، چون موضوع از قبل مشخص است؛
  - ارتباط خوانندگان ثابت با هر ستون و در نهایت نشریه تقویت می‌شود؛
  - کار مدیر هنری یا صفحه‌آرا راحت می‌شود، چون ستون از قبل آماده، با متن پر می‌شود؛
  - سطح کار نشریه به رسانه‌های حرفه‌ای کشور شباهت پیدا می‌کند؛
  - بر اثر تکرار پیام ارتباطی در شماره‌های مختلف، اثرگذاری بر مخاطب افزایش می‌یابد؛
  - چون صفحات ثابت همراه با «کلیشه» یا «سمبل» می‌آید، تفکیک مطالب بهتر می‌شود؛
  - خواننده متن مورد نظر را، در شماره آتی به جهت جای ثابت صفحه به راحتی پیدا می‌کند.

#### درج اسامی نویسندگان و ذکر منابع

تمامی مطالبی که در نشریات دانشگاهی درج می‌شوند، باید دارای نام نویسنده و منابع و مأخذ باشند؛ ذکر نام نویسنده و منابع موجب اعتبار بخشیدن به محتوای نشریه نزد خواننده می‌شود. نام نویسندگان با منابع آن متفاوت است. نویسنده یا نویسندگان اغلب دست‌اندرکاران و افراد همکار با نشریه هستند و یا کسانی که به سفارش نشریه مطلب می‌نویسند و آثار خود را اعم از متن، عکس، طرح، کاریکاتور و غیره برای نشریه ارسال می‌کنند؛ سردبیر نیز پس از تأیید، آثار ارسالی را به نام صاحبان اثر در نشریه منتشر می‌کند.

منبع در واقع نقل‌کنندگان وقایع، رویدادها، اطلاعات، اخبار و... هستند که اشخاص خبرساز، خبرگزاری‌ها، رسانه‌ها، روابط عمومی‌ها، مؤسسات و مراکز علمی و غیره، اطلاعات و اخبار را به مخاطبان منتقل می‌کنند. در حقیقت منبع اصلی نقل اخبار و اطلاعات، منابع هستند و نشریات دانشگاهی نیز برای تأمین محتوا از اطلاعات منابع مختلف استفاده می‌کنند. از این رو باید نام منابع در اخبار و اطلاعات نقل شده، در هر بخش درج شود.

درج منبع دارای فوایدی است که عبارتند از:

- مستند کردن اطلاعات و اخبار؛
- اعتبار بخشیدن به اطلاعات و اخبار؛
- سلب مسؤلیت از نشریات دانشگاهی.

#### سوژه‌یابی در نشریات دانشگاهی

یکی از مهم‌ترین کارهایی که سردبیر و دبیران سرویس برای تأمین محتوای نشریه باید



انجام دهند، سوژه‌یابی است. سوژه‌یابی باید با زمینه و موضوع فعالیت نشریه هماهنگ باشد؛ یکی از کارکردهای مهم جلسات هیأت تحریریه تعیین سوژه‌ها و هماهنگی بین سرویس‌ها برای توازن قالب‌های تأمین محتوا برای سوژه‌ها است. یافتن سوژه مناسب و مورد نیاز مخاطبان، تا حد زیادی موفقیت روزنامه‌نگار را تضمین می‌کند. خبرنگار موفق در نشریات دانشگاهی، ذهنی خلاق و کاوشگر دارد و رویدادهای اطراف خود را، هر چند هم عادی و جزئی باشند، به دقت رصد می‌کند؛ همین ریزبینی و دقت باعث می‌شود، بسیاری از اتفاقات ریز و درشتی که از دید دیگران پنهان می‌ماند، توسط خبرنگار تیزبین شکار شده و جزییات آن از دل رویداد بیرون کشیده شود. ذهن سوژه‌پرداز در همه مکان‌ها و زمان‌ها در پی رویدادهای غیر عادی یا خبر ساز است که برای مخاطبان جالب باشد. آموختن فنون سوژه‌پردازی و سوژه‌یابی برای نشریات دانشگاهی نیز بسیار ضروری است، علاوه بر سوژه‌یابی خبری و گزارشی، در خصوص موضوعات علمی و مقالات نیز باید با توجه به نیاز مخاطبان سوژه‌پردازی شود. در ادامه چند تکنیک سوژه‌پردازی برای آموزش شما آمده است که مطالعه آن مفید خواهد بود، اما قبل از آن باید تفاوت موضوع و سوژه روشن شود.

سوژه چیزی است که محتویات آن به صورت شفاف مشخص نیست، ولی موضوع تمامی محتویات آن مشخص است. موضوع کلی‌تر است، اما سوژه جزئی‌تر از موضوع می‌باشد و می‌توان محدوده یک موضوع به سوژه‌های مختلف پرداخت؛ مثال: تهیه‌ی مطلب با موضوع: انتقاد از مشکلات خوابگاه؛ سوژه: نور کم اتاق‌ها.

### راه‌های سوژه‌پردازی و تعیین سوژه در نشریات دانشگاهی

#### داشتن شم خبرنگاری و اطلاعات عمومی مناسب

داشتن شم خبرنگاری و کاوشگری همراه با اطلاعات عمومی، باعث می‌شود که خبرنگار یا گزارشگر از کنار موضوعات و رویدادها بی‌تفاوت رد نشود و به موضوعات به‌عنوان یک سوژه برای کار خود نگاه کند و این شم خبرنگاری به یک گزارشگر، نسبت به دیگران برای تعیین و ساخت سوژه برتری می‌بخشد؛ البته داشتن اطلاعات عمومی بالا و آگاهی از آن حوزه در سوژه‌پردازی بهتر کمک می‌کند. ضمن آنکه دارا بودن شم خبرنگاری و ذهن خلاق، باعث می‌شود، گزارشگر در تمام لحظات در پی یافتن سوژه باشد و در مواجهه با وقایع ناگهانی و رویداد اتفاقی، قافلگیر نمی‌شود، بلکه با تجربیات و مهارتی که به تدریج کسب کرده، آمادگی ذهنی و روحی لازم را برای شکار لحظه‌های غیرمنتظره دارد.



### مخاطبان و خوانندگان نشریات دانشگاهی و مردم

خوانندگان و مخاطبان نشریات یکی از بهترین کانال‌های سوژه‌یابی هستند که می‌توانند به سردبیر و مدیران سرویس برای تهیه‌ی سوژه کمک کنند، آنها با بیان خواست و نیاز خود در سوژه‌یابی مناسب برای محتوای نشریه کمک می‌کنند. می‌توان با تنظیم فرم نظرسنجی و انتظارات آنها از نشریه، سوژه‌های مورد نظر خوانندگان را شناسایی کرد. اقشار مختلف مردم جامعه نیز یکی از بهترین کانال سوژه‌یابی هستند، بسیاری از اتفاقات و روابط فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... بین اقشار مختلف جامعه می‌تواند سوژه نشریات دانشگاهی نیز باشد، چرا که قشر دانشگاهی از مردم جامعه جدا نیست و بسیاری از اتفاقات جامعه بر زندگی دانشگاهیان نیز به طور مستقیم و غیرمستقیم اثر دارد. از این موضوعات و رویدادهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و... در کشور، که بر زندگی و تصمیم‌گیری مخاطبان نشریات دانشگاهی اثرگذاری بیش‌تری دارد، می‌تواند سوژه نشریات دانشگاهی هم باشد. از این رو مردم منبع سوژه‌های بسیار زیادی هستند، که هر روزه در کشور اتفاق می‌افتد؛ رویدادهایی که دیگران از کنار آنها به طور عادی رد می‌شوند، اما برای یک روزنامه‌نگار می‌تواند یک موضوع بسیار جذاب و قابل توجه باشد، برای این کار کافی است باچشم‌بان باز و دقت نظر به اطراف نگاه کند. بسیاری از رویدادهایی که با آب و تاب در روزنامه‌ها گزارش می‌شود، برای کسانی که از نزدیک شاهد آن رویداد بوده‌اند، جالب‌تر از سایر مردم است، چون خبرنگار جزئیاتی را به تصویر می‌کشد و با قلمی شیوا توصیف می‌کند، که از دید آن شاهد، پنهان مانده، یا جلب توجه نکرده است؛ اما ذهن خلاق خبرنگار با سوژه‌پردای مناسب، به زوایای مختلف رویداد به شکلی جذاب می‌پردازد.

### مدیران و فعالان سایر نشریات و رسانه‌ها

مدیران، سردبیران، دبیران سرویس‌ها و فعالان سایر نشریات دانشگاهی و نشریاتی که در جامعه منتشر می‌شوند، با توجه به تجربیات رسانه‌ای و حرفه‌ای که دارند، می‌توانند خود نسبت به تعیین سوژه اقدام کنند و یا اینکه سوژه‌ای برای نشریات دیگر باشند. از این رو بسیاری از نشریات با رصد رسانه‌های دیگر، موضوع و سوژه‌های جدیدی برای پرداختن به آنها در نشریه‌ی خود می‌یابند.

### اطلاعیه‌ها و تراکت‌های نصب شده در دانشگاه

اطلاعیه‌ها و تراکت‌هایی که توسط بخش‌های مختلف دانشگاه، تشکل‌های دانشجویی و...



در سطح دانشگاه نصب می‌شود، می‌تواند منبع سوژه‌یابی نشریه باشد. در بسیاری از موارد می‌توان با کنکاش در اطلاعیه‌های نصب شده، سوژه‌های مناسبی پیدا کرد.

### بخش‌های مختلف دانشگاه و روابط عمومی

بخش‌های مختلف دانشگاه از جمله روابط عمومی، معاونت دانشجویی، فرهنگی و اجتماعی، معاونت آموزشی و... با توجه به فعالیت‌هایی که در دانشگاه دارند، می‌توانند به تعیین سوژه برای نشریه کمک کنند، مراسم و بیانیه‌هایی که توسط روابط عمومی و سایر بخش‌های دانشگاه صادر می‌شود، زمینه‌های سوژه شدن را دارد.

### تشکل‌ها و کانون‌های دانشجویی

همچنین تشکل‌ها و کانون‌های مختلف دانشجویی نیز می‌توانند در شکل‌گیری سوژه به نشریات کمک کنند؛ گزارشگر باید ارتباط نزدیک با تشکل‌های دانشجویی داشته باشد و در جریان فعالیت‌های در حال اجرا و آتی آنان قرار گیرد، تا بتواند سوژه‌های مورد نظر را کشف کند. سوژه‌های زیادی در فضای دانشگاهی و جامعه وجود دارد، اما ذهنی حساس و چشم تیزبین می‌خواهد که آنها را کشف کند و پس از کشف با قلمی روان و سلیس بپرواند.

### بخش‌های مختلف دانشگاه و روابط عمومی

آگهی‌ها، بیانیه‌ها و هرگونه اطلاع‌رسانی که از جانب روابط عمومی و سایر بخش‌های دانشگاه، منتشر می‌یابند و حاوی اطلاعات، گزارش، اخبار و... هستند، دستمایه تعیین سوژه خبر محسوب می‌شوند و نشریات دانشجویی می‌توانند از آن استفاده کنند.

### توجه به نیازهای جامعه دانشگاهی و ضرورت طرح موضوع

خبرنگار یا گزارشگر نشریات دانشگاهی، باید به دنبال خواسته‌ها و نیازهای جامعه دانشگاهی و موضوعات، تمرین‌بخش و مفید باشد. سوژه‌هایی که به رشد علمی و فرهنگی و ایجاد محیطی بانشاط و پویا در دانشگاه کمک کند. سوژه‌هایی که به نیازهای آتی و آتی جامعه دانشگاهی می‌پردازد و می‌توان آنها را به صورت انتقادی، توصیفی، خبری و یا تمجیدی مطرح کرد. بهتر است در این موارد، توجه از علایق به سمت نیاز مخاطبان بوده و تحلیلی باشد.

### برنامه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی

برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، پخش شده از صدا و سیما، یک منبع مناسب برای تعیین

سوژه حتی برای نشریات دانشگاهی به شمار می‌رود، که می‌توان به دست‌اندرکاران این نشریات برای سوژه‌یابی کمک کند.

### مشاهده و تیزبینی خبرنگار

خبرنگار و گزارشگر نشریات دانشگاهی با مراجعه به بخش‌های مختلف دانشگاه و حضور در بین مخاطبان و تعامل با آنان می‌تواند به صورت عینی شاهد جریان‌ات اطراف خود باشد و از این طریق می‌تواند سوژه‌های جدیدی را برای پوشش اخبار به دست آورند از اینرو مشاهده، نقش مؤثری در سوژه‌یابی اخبار دارد.

خبرنگار باید با پیگیری اخبار حوزه خود در تمامی رسانه‌ها بهانه خبری خود را بیابد؛ در واقع خبرنگار با مطالعه یک خبر باید تمام جوانب و زوایای آن را سنجیده و بتواند موضوعات جدید را خلق کند؛ به عبارت دیگر انتشار یک خبر می‌تواند سرمنشا تهیه چندین خبر تازه باشد.

### فضای مجازی و بانک‌های اطلاعاتی

فضای مجازی مانند: وب سایت‌ها، وبلاگ‌ها، پورتال‌ها و بانک‌های اطلاعاتی، یکی از منابع مهم در اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی هستند، از این رو می‌توان از این منابع در سوژه‌پردازی مناسب استفاده کرد. هر کدام از موارد فوق، با توجه به توسعه فن‌آوری ارتباط از راه دور و گسترش روز افزون فن‌آوری‌های ارتباطی، بسیار گسترده و پیچیده شده‌اند و می‌توانند اطلاعات زیادی در اختیار خبرنگار قرار دهند.

### اسناد و مدارک آرشیوی و کتابخانه‌ای

اسناد و مدارک دانشگاهی، بولتن‌های آموزشی و خبری بخش‌های مختلف دانشگاه و خارج از دانشگاه، اطلاعیه‌های ادارات، مؤسسات و سازمان‌های مرتبط با دانشگاه‌ها، که حاوی اطلاعات و اخبار و گزارش‌های متعدد هستند، می‌توانند در سوژه‌یابی بهتر به خبرنگار نشریات کمک کنند.

### سرویس‌های خبری

نشریات مختلف دانشگاهی و رسانه‌های سراسری کشور دارای سرویس‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و... هستند؛ این سرویس‌ها در حوزه‌های مشخص شده و شرح وظایف معین فعالیت می‌کنند. از این رو کسانی که در سرویس‌های مختلف فعالیت می‌کنند



باید دوره‌های آموزشی سوژه‌یابی را بگذرانند و ارتباط مستمر و نزدیک با حوزه‌های کاری خود داشته باشند؛ دوره‌های آموزشی و به دنبال آن انجام تمرین عملی در حین کار، باعث می‌شود که خبرنگاران و گزارشگران در سرویس‌های مختلف به تدریج کارآزموده و حرفه‌ای شوند.

### روابط عمومی و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌ها

روابط عمومی وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌ها، که نقش سخنگوی مجموعه خود را برعهده دارند، نیز یک کانال مهم برای سوژه‌یابی در نشریات دانشگاهی محسوب می‌شوند، خبرنگار باید روابط نزدیک، مستمر و دوستانه با این مراکز برقرار کرده و با آنها در تماس باشد، البته خبرنگار باید ارتباط این سازمان‌ها با جامعه دانشگاهی را ابتدا در نظر داشته باشد و مراکز بی‌ربط با جامعه دانشگاه مورد نظر ما در نشریه نیست.

### تسلط خبرنگار بر حوزه کار

خبرنگار باید بر حوزه کاری خود اشراف داشته و از آخرین اخبار مطلع باشد. خبرنگار هر چه اطلاعات بیشتری از حوزه کاری خود داشته باشد، تسلط او برای سوژه‌یابی نیز بیش‌تر شده و می‌تواند مطالب جذاب‌تر و مناسب‌تری را برای خوانندگان نشریه تهیه کند.

### ارتباط نزدیک با خبرنگاران دیگر رسانه‌ها

خبرنگار نشریات دانشگاهی با استفاده از موقعیت‌های مناسبی که خبرنگاران رسانه‌های مختلف در آن حضور دارند، می‌تواند با آنها ارتباط برقرار کرده و در جریان مسائلی قرار بگیرد که آن خبرنگاران اطلاع دارند.

### مسئولان، صاحب‌نظران و کارشناسان

صاحب‌نظران، کارشناسان و مسئولان مرتبط با هر موضوع به جهت اطلاعات و اشرافی که بر کار دارند، بهترین کانال ارتباطی هستند که می‌توانند در انتخاب سوژه مفید و مؤثر باشند؛ البته در این بین باید در نظر داشت که استقلال رأی خبرنگار خدشه‌دار نشود و در پرداختن به انتخاب سوژه تحت تاثیر اطرافیان و کسانی که از پرداختن به موضوعی خاص نفع می‌برند، قرار نگیرد.

### دقت در جزئیات یک خبر

خبرنگار نشریات دانشگاهی نیز همچون خبرنگاران حرفه‌ای روزنامه‌ها، پس از خواندن یک

خبر، باید در عمق خبر تفکر کند و برای تهیه‌ی گزارش به دنبال کشف سایر جزئیات آن برود؛ در بسیاری از موارد با کنکاش در خبر اولیه، اطلاعاتی به دست می‌آید که به مراتب از خبر اولیه غنی‌تر و مهم‌تر است.

### توجه عمقی به موضوعات غیر خبری

بسیاری از سوژه‌هایی که در روزنامه‌ها و نشریات مختلف منتشر می‌شوند، حالت خبری ندارند، یافتن این سوژه‌ها نیز، مانند سوژه‌های خبری، نیاز به مهارت دارد که خبرنگار با تحلیل رویدادهای مختلف و متناسب با اقتضائات به سوژه‌یابی در مورد آنها می‌پردازد. برخی از این سوژه‌ها ممکن است، حالت مناسبی داشته باشند؛ مانند: هفته دولت، ملی شدن صنعت نفت، سالروز پیروزی انقلاب اسلامی، شهادت شهید مطهری و روز معلم و... که خبرنگار با مرور تقویم می‌تواند یک برنامه سالانه برای خود تنظیم کرده و با زمانبندی مناسب، محتوای مورد نیاز را قبل از رسیدن آن مناسبت، تهیه کند؛ در برخی مواقع نیز ممکن است، خبرنگار با بررسی رویدادهایی که در گذشته اتفاق افتاده، به زوایا یا بخش‌های جدیدی از آن رویداد بپردازد؛ مانند: حادثه یازدهم سپتامبر، جنگ تحمیلی و... که ممکن است، خبرنگار به ابعاد جدیدی از رویداد توجه کند، یا اینکه خبرهای جدیدی منتشر شود که با آن رویدادها ارتباط داشته باشد.

### اعلام مواضع و سخنان مقامات عالی‌رتبه کشور

شخصیت‌های عالی رتبه کشور در گروه افراد خبرساز قرار دارند و اعلام مواضع و سخنان آنها به جهت ارتباط مستقیم یا غیر مستقیم با زندگی اقشار مختلف جامعه و اثرگذاری بر آنها دارای اهمیت خاصی است. از این رو نشریات دانشگاهی نیز در بخشی از محتوای نشریات خود با سوژه پردازی مناسب می‌توانند به مواضع و سخنان آنها بپردازند؛ سخنان رییس جمهور در خصوص یارانه، وام مسکن به جوانان، اشتغال و غیره می‌تواند از این دسته سخنان و مواضع باشد که برای قشر دانشگاهی نیز دارای اهمیت بوده و بر زندگی آنها تأثیرگذار است.

### فکر کردن در مورد موضوع

فکر کردن در مورد موضوعات مختلف برای پیدا کردن سوژه مناسب، اهمیت زیادی دارد، چرا که خبرنگار برای سوژه‌یابی، ابتدا باید متکی به ذهن خود باشد و با تفکر، موضوع را در ذهن پرورش دهد؛ پرورش موضوع نیاز به آگاهی و اطلاعات دارد، از این رو خبرنگار مجبور است در کنار پرورش، اطلاعات لازم را کسب کرده و دانش خود را افزایش دهد؛ افزایش دانش



نیز موجب اشراف بر کار برای تولید سوژه مناسب می‌شود. بهتر است خبرنگار، هنگام تفکر تراوش‌های ذهنی خود را یادداشت کند، تا فراموش نشود، سپس با ترکیب و تحلیل موارد یادداشت شده، سوژه مناسب را استخراج کند.

### ویژگی‌های یک سوژه خوب

- مخاطب پسند، گیرا و جالب توجه باشد؛
- به خواست و نیازهای خوانندگان پاسخ دهد؛
- واقعیت‌های رویدادها را بیان کند؛
- نگرش درست و واقع‌گرایانه؛
- جدید و منحصر به فرد بودن؛
- با هدف سازندگی، سالم‌سازی و بیان نارسایی و حل مشکل باشد؛
- متناسب با زمینه انتشار نشریه باشد.

### اصول مهم و تأثیرگذار در جذابیت محتوایی

- نشریات دانشگاهی برای جذب مخاطبان خود، باید به خواست‌ها و نیازهای آنها توجه داشته باشند؛ علاوه بر آن باید چهار اصل مهم را نیز در تأمین محتوا در نظر داشته باشند، که عبارتند از:

- تولیدی بودن محتوا؛
- هماهنگ بودن محتوا با زمینه انتشار؛
- به روز بودن محتوا متناسب با دوره انتشار؛
- مرتبط بودن با مخاطبان دانشگاهی.

### تولیدی بودن محتوا

تولیدی بودن محتوای نشریه به این معنی است که محتوای نشریه باید توسط نویسندگان، خبرنگاران و دست‌اندرکاران نشریه و یا اساتید و دانشجویان همان دانشگاه تولید شود؛ به طور حتم تولیدی بودن ۱۰۰ درصد محتوای نشریه کار دشواری است، از این رو توصیه می‌شود که نسبت مطالب تولیدی بیش‌تر از مطالب غیر تولیدی یا اقتباسی باشد.

### هماهنگ بودن محتوا با زمینه انتشار

نشریات دانشگاهی می‌توانند در زمینه علمی (در رشته‌های مختلف تحصیلی)، فرهنگی،

صنفي، سياسي، اجتماعي، طنز و کاریکاتور، ديني و عقیدتي، قرآني و... منتشر شوند، اما محتوایی که برای این عناوین استفاده می‌شود، باید هماهنگ با زمینه انتشار آنها باشد و متناسب با تاکید بر هر زمینه تنظیم گردد.

### به روز بودن محتوا متناسب با دوره انتشار

منظور از به روز بودن محتوا، تولید محتوای جدید بر اساس دوره انتشار نشریه است؛ بدیهی است که منظور آن دسته از مطالبی است، که تاریخ و گذر زمان در تازگی آن اثرگذار است، اگر نشریه‌ای با دوره ماهنامه منتشر می‌شود، باید مطالب که دارای زمان است و گذر زمان ممکن است موجب از بین رفتن ارزش خبری آن مطلب شود، هماهنگ با دوره و ماه انتشار باشد. اخبار و مطالبی که سبقه مناسبتی دارند، نیز شامل این دسته مطالب می‌شوند. به عنوان مثال اگر مطالبی با قالب‌های مختلف مطبوعاتی، اعم از مقاله، گزارش، مصاحبه و... به مناسبت روز پزشک یا هفته معلم تهیه می‌شود باید، با مناسبت آن در طول سال و دوره انتشار نشریه در آن ایام هماهنگ باشد.

### مرتبط بودن با مخاطبان دانشگاهی

سردبیر باید در تنظیم و تعیین موضوعات برای محتوا، مخاطبان نشریه را در نظر داشته باشد؛ از آن جا که مخاطبان دارای سلايق و سطوح متفاوتی هستند، لذا می‌توان با نظرسنجی و ارتباط مستقیم با آنها علایق، خواست و نیازهای آنها را شناسایی کرد و بر اساس آن موضوعات، سوژه‌ها و در نهایت محتوای نشریه را تعیین کرد. هر چه ارتباط محتوای نشریه با مخاطبان بیش‌تر باشد، شانس جذب خواننده نشریه افزایش خواهد یافت؛ و بیانگر آن است که سردبیر یا مدیر نشریه شناخت بیش‌تری از حوزه کار و مخاطبان خود دارد.

چهار ویژگی ذکر شده باید در تأمین محتوای نشریات دانشگاهی رعایت شود. در صورتی که نشریه دانشگاهی از مطلب اقتباسی نشریات یا رسانه‌های دیگری استفاده می‌کند، باید نام منبع را ذکر نماید.

### استفاده از نقل قول در اقتباس

بهتر است مطالب اقتباس به ویژه اخبار و گزارش‌های اقتباسی، عین آن به طور کامل درج نشود، بلکه برای خارج شدن از حالت اقتباس کامل و شباهت پیدا کردن به مطلب تولیدی، بهتر است با نگارش تحریریه نشریه به صورت نقل قول تنظیم شود؛ به عنوان مثال: وقتی



از مطلب نشریه یا روزنامه‌ای استفاده می‌شود، با آوردن بخش‌های مهم مطلب یا گزارش از عبارت نقلی زیر در ترکیب جمله‌بندی استفاده شود؛ که عبارتند از:

- نشریه... در شماره... در خصوص... نوشته است...
- این نشریه... در ستون... خود آورده است...
- نشریه... به نقل از... افزوده است...
- در قسمتی دیگر از این ستون نشریه آمده است: ...
- این منبع به نقل از... فاش کرد...
- این ستون نشریه می‌افزاید...
- در ادامه این مطلب آمده است...
- نشریه با اشاره به... به نقل از... نوشت...





بخش چهارم

اصول گرافیک و صفحہ سازی در  
نشریات دانش گاہ

## اصول گرافیکی و صفحه‌آرایی در نشریات دانشجویی

هنر گرافیک یکی از با سابقه‌ترین، ماندگارترین و قدرتمندترین ابزار انتقال پیام در زندگی بشر، از گذشته بسیار دور تاکنون بوده است، انسان‌های نخستین در دوره‌های پیش از تاریخ و گذشته‌های بسیار دور، زمانی که هیچ ابزار ارتباطی برای انتقال پیام وجود نداشت، از عناصر ساده گرافیکی برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کردند.

به مدد هنر گرافیک و ترکیب آن با ایما، اشاره و آوا بود که انسان نخستین توانست در ارتباط چهره به چهره و مستقیم با دیگر هم‌نوع خود، پیام و مقصود خود را منتقل کند و منظور طرف مقابل را نیز دریابد؛ چرا که در آن زمان نه زبانی برای سخن گفتن وجود داشت، نه حروف الفبایی برای نوشتن و نه کاغذ و قلمی که بتوان اندیشه و پیام را به شکل مکتوب به نگارش درآورد، یا اینکه پیام را ذخیره و منتقل کند. در چنین شرایطی تنها راه ارتباط انسانی برای انتقال پیام، ترسیم سمبلیک اشیا و موجودات به صورت اشکال گرافیکی و ساده، بر روی سنگ‌ها و خشت‌ها بود؛ به این ترتیب با استفاده از اشکال و سمبل‌ها، همراه با ایما، اشاره و آوا انتقال پیام انجام می‌شد، اما قابلیت هنر گرافیک فقط به انتقال پیام در ارتباط چهره به چهره خلاصه نمی‌شد، بلکه به‌عنوان یک اثر هنری ماندگار، می‌توانست معنای پیام نسل گذشته را هر چند کلی، به نسل‌های آینده منتقل کند؛ هنوز هم در کشورهای که سابقه تمدنی دیرینه دارند، آثار گرافیکی در قالب ترسیم اشکال، نشانه نوشته، حکاکی و... از گذشته‌های بسیار دور باقی مانده است که نشان از توانایی بشر در استفاده از هنر گرافیک دارد. پیشینیان در ابتدا از هنر گرافیک برای انتقال تجربیات زندگی و بعدها انتقال فرهنگ، به

نسل‌های آینده استفاده کردند، با اختراع «زبان» به‌عنوان اولین انقلاب ارتباطاتی و قرن‌ها بعد، اختراع «حروف الفبا» به‌عنوان دومین انقلاب ارتباطاتی که منجر به نوشتن شد. زمینه استفاده از هنر گرافیک به شکل تایپوگرافی فراهم گردید که قابلیت نگارش، ثبت و ذخیره‌سازی دانش و تجربیات بشر و انتقال این ذخیره ارزشمند به نسل‌های آینده را در پی داشت.

پیدایش زبان و نوشتن، روند انتقال دانش و اطلاعات بشری را به‌سرعت توسعه داد و خود زمینه‌ای برای رشد خلاقیت‌های هنری بشر شد و به خلق هزاران اثر هنری ماندگار انجامید. امروزه دیرینه‌شناسان با بررسی و مطالعه آثار گرافیکی به جا مانده از گذشتگان، شیوه‌های زندگی و فرهنگ آنها را در دوران زندگی آنها تحلیل می‌کنند، هر چند حکاک‌ها، نقاشی‌ها، تصاویر سمبلیک، نشانه‌نوشته‌های به‌جامانده از گذشتگان در غارها و سنگ نوشته‌ها و ظرف‌ها با طرح‌ها و اشکال مختلف، فقط گویای لحظه‌ای از زمان حیات آنها هستند، اما اطلاعات خوبی برای تحلیل به متخصصان فن می‌دهند تا فرهنگ و روش زندگی انسان‌های گذشته را تحلیل و تجسم کنند؛ حتی ماکتی از زندگی آنها را مدل‌سازی نمایند.

با گذر زمان و توسعه تدریجی علم و فن‌آوری و به دنبال آن خلق ابزار مورد نیاز برای تسهیل در انجام کارها دستاوردهای ارتباطی بسیار بزرگی خلق شد؛ رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی زیادی به‌وجود آمدند. اختراع کاغذ در قرن دوم میلادی، اختراع ماشین چاپ در اواسط قرن پانزدهم، اختراع تلفن و بی‌سیم، همه و همه در یک فرایند رو به رشد، منجر به فن‌آوری‌های ارتباطی بسیار بزرگ و پیچیده شدند، که زندگی بشر را دستخوش دگرگونی‌های ژرف کرد، پیدایش رسانه‌های مکتوب، سینما، رادیو، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، سایت‌های اینترنتی، وبلاگ‌ها، نرم‌افزارهای تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی و... باعث شدند که کانال‌های ارتباطی بسیار وسیع شوند و مرزهای جغرافیایی را درنوردند، اما آنچه مهم است، اینکه نقش هنرمندان گرافیک در نحوه انتقال برتر، آسان‌تر، جذاب‌تر و اثرگذارتر قابل انکار نیست.

در تمام دوره‌های زندگی بشر که کانال‌ها و ابزارهای ارتباطی و انتقال پیام توسعه پیدا کرده‌اند، آثار گرافیکی هنرمندان گرافیک، نقاش و اندیشمند، قوی‌ترین و جذاب‌ترین بخش انواع رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی و پیام‌رسانی بوده است.

نقش آثار گرافیکی در زندگی بشر امروزی، با وجود اختراع فن‌آوری‌های جدید و نوین ارتباط جمعی، نه‌تنها کمتر نشد، بلکه دامنه کار هنر گرافیک توسعه یافت و کارآمدی آن در ارتباطات، تبلیغات و رسانه‌ها، باعث شد تا استفاده از هنر گرافیک بیش‌تر از پیش مورد توجه قرار گیرد و خود به بخش‌های تخصصی مختلف تبدیل شود و هر بخش از آن کاربرد خاص خود را داشته باشد. از این رو حوزه‌های مختلف ارتباطات و سایر حوزه‌ها از این هنر ارزشمند



و اثرگذار متناسب با اقتضائات کار خود استفاده می‌کنند، ضمن آنکه استقبال گسترده جوامع مختلف از خلق آثار گرافیکی، عامل مهمی برای تشویق هنرمندان شد تا هنر خود را در عرصه هنر گرافیک توسعه دهند و این موضوع روند رو به رشد آن را تسریع کرد.

آرم‌ها یا نشانه‌ها، لوگو تایپ‌ها، طرح‌های پوستر، جلد کتاب، تمبرهای پستی، صفحه‌آرایی کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، کاتالوگ‌ها و بروشورها، طراحی روی کارت‌ها و جعبه‌های بسته‌بندی، بیلبوردها، تراکت‌ها، طراحی بسته‌بندی کالاهای مختلف کوچک و بزرگ، طرح‌های مختلف چاپی، کلیپ‌های تبلیغاتی، انیمیشن‌ها و دکوراسیون استودیوهای تلویزیونی و ماهواره‌ای، طراحی صفحات سایت‌های اینترنتی، خبرگزاری‌ها، وبلاگ‌ها و... همه و همه بخشی از آثار گرافیکی هستند، حتی توسعه فنون گرافیک حرفه‌ای باعث شد تا از این هنر در حرفه‌های دیگر نظیر عکاسی، گرافیک رایانه‌ای، طراحی فرم‌ها و لباس‌ها، دکوراسیون‌های تجاری، خدماتی و مسکونی، عناصر ارتباطات محیطی، تئاتر، سینما، مجسمه‌سازی، معماری، طراحی صنعتی و هنرهای دیگر استفاده شود.

با این وجود بخش مهمی از کاربرد گرافیک در رسانه‌های مکتوب است که روز به روز برنقش آفرینی آن در این عرصه افزوده می‌شود، زبان تصویر و ترکیب زیبا، هدفمند و خلاقانه عناصر بصری، به‌ویژه عناصر متنی و تصویری در رسانه‌های مکتوب، انتقال پیام را برتر، کامل‌تر، رساتر، عینی‌تر و گویاتر می‌کند، در نهایت اینکه بر روی مخاطب اثر بیش‌تری می‌گذارد. به همین جهت امروزه گرافیک بخش جدایی‌ناپذیر رسانه‌های مکتوب محسوب می‌شود. گرافیک مطبوعاتی، جزئی از هنر گرافیک بوده و مظهر ارتباطات غیر کلامی است. بخش مهمی از گرافیک مطبوعاتی در طراحی جلد و صفحه‌آرایی تجلی پیدا می‌کند.

باید اعتراف کرد که دستاوردهای علمی امروزی به‌ویژه در حوزه مهم و تأثیرگذار ارتباطات، رسانه و گرافیک با تلاش مجدانه‌ی محققان، پژوهشگران، اندیشمندان و کارشناسان فن، در مراحل مختلف کارهای پژوهشی در گذر زمان و تعامل آن با علوم مختلف به دست آمده و برای رشد و توسعه علمی در عرصه‌های مختلف در آینده نیز، استفاده از تجربیات پیشینیان و منابع علمی که تا به امروز تدوین و قابل بهره‌گیری شده‌اند، اجتناب‌ناپذیر است.

### تعریف گرافیک

تعریفی که از گرافیک با شکل و شمایل امروزی ارائه می‌شود، حدود پنج قرن پیش از اروپا نشأت گرفته و اختراع ماشین چاپ نیز در شکل‌گیری این تعریف نقش مؤثری داشته است. واژه گرافیک از مصدر یونانی «graphein» به معنای «نوشتن» گرفته شده و ریشه آن در

اصل به معنای «خراشیدن»، «حک کردن» و «تقر کردن» (کنده کاری کردن روی سنگ) است. در روش‌های قدیمی تکثیر، با خراشیدن سنگ یا مس، آن‌ها را حک و منقش می‌کردند، سپس با برگرداندن آن بر روی کاغذ عمل چاپ یا تکثیر را انجام می‌دادند، به کارهای انجام شده با این روش و طراحی خطی «گرافیک» گفته می‌شد.

از لحاظ تقسیم‌بندی هنرها، هنر گرافیک شاخه‌ای از هنرهای تجسمی به شمار می‌رود. هنر گرافیک را می‌توان به دو شاخه «هنر محض» و «کاربردی» تقسیم‌بندی کرد. آثار هنری گرافیک محض، انواع فنون هنریرا شامل می‌شود که اغلب سفارشی نیستند و طراح گرافیک به میل و انگیزه خود آنها را خلق می‌کند. در این گونه آثار گرافیک، هنرمند آزادی بیش‌تری دارد و بیان تصویری او با اصالت‌تر و ناب‌تر است.

در شاخه گرافیک کاربردی، طراح و هنرمند در خدمت تولیدکننده کالا یا سفارش‌دهنده بوده و اثر گرافیک را متناسب با خواست و سلیقه سفارش‌دهنده خلق می‌کند. از این رو گرافیکست در جایگاه مشاور و خدمات‌دهنده هنری، محدودیت‌های زیادی دارد. از بین این دو شاخه، نوع کاربردی گرافیک با وجود محدودیت‌های زیاد، در مقایسه با هنر گرافیک محض، به جهت منافع اقتصادی در دهه‌های اخیر رشد بسیار زیادی پیدا کرده‌است.

### کاربرد گرافیک در رسانه‌ها و مطبوعات

زبان تصویر و ترکیب زیبا، هدفمند و خلاقانه عناصر بصری، در رسانه‌های مکتوب، نقش مؤثری در انتقال برتر، کامل‌تر، رساتر، عینی‌تر و گویاتر پیام دارد و عامل بسیار مهمی برای اثرگذاری بیش‌تر بر مخاطب محسوب می‌شود. هنر یک گرافیکست این است که زبان تصویر را فراتر از فهم مستقیم و ملموس تصاویر و عناصر بصری که در نگاه اول در معرض دید بیننده قرار می‌گیرد، با ایده ذهنی و ترکیب موزون، معنادار و هدفمند طراحی کند. در این صورت با ترکیب و قرار دادن اجزا و اشکال بصری صفحه که هر کدام در نگاه اول دارای یک معنی و کارکرد عام فهم و مستقیم هستند، در تحلیل و نگاه دقیق‌تر، پیام و معانی مهم‌تر را به‌خواننده منتقل می‌کنند. از این رو هنر گرافیک در ورای معانی ظاهری که در نگاه اول دیده می‌شود، ضمن برقراری ارتباط نزدیک‌تر با مخاطب به واسطه زیبایی بصری ایجاد شده، معانی و پیام غیرمستقیم و مهم‌تر را نیز به‌خواننده منتقل می‌کند که میزان اثرگذاری پیام بر روی مخاطب را نیز افزایش می‌دهد.

موقعیت قرار گرفتن شکل‌ها و عناصر بصری در طرح و ارتباط بین آنها، به ایده و نوع پیام ارتباطی، بستگی دارد. بر همین اساس موقعیت قرار گرفتن، جهت و اندازه تصاویر در یک

طرح، به قطع صفحه، ارتباط با عناصر مجاور، پیام اصلی و فرعی، ساختار کلی طرح، سلايق مخاطبان، ایده و توانایی گرافيست در برقراری روابط معنا دار بين عناصر بصری بستگی دارد. موضوع بحث مؤلف در این کتاب، «گرافیک مطبوعاتی» است و گرافیک مطبوعاتی بخشی از هنر گرافیک محسوب می شود که در خدمت رسانه های مکتوب و مطبوعات قرار می گیرد. این نوع گرافیک با توجه به توسعه دنیای ارتباطات و رسانه، از نیازهای ضروری جوامع امروزی به ویژه، کشورهای توسعه یافته و صنعتی به شمار می رود.

امروزه اقشار مختلف مردم در کشورهای پیشرفته، رسانه ها را به عنوان یک اصل ضروری و لازم در زندگی روزانه پذیرفته اند و مطبوعات دیگر یک نیاز تشریفاتی محسوب نمی شوند. در کشورهای توسعه یافته مطالعه رسانه ها در بین اقشار مختلف به صورت یک فرهنگ نهادینه شده و به عنوان یک رفتار اجتماعی پسندیده، برای پیشرفت جامعه قلمداد می شود، تا جایی که یکی از شاخص های اصلی جامعه شناسان برای سنجش میزان توسعه یافتگی کشورها، ارزیابی میزان سرانه مطالعه و شمارگان مطبوعات می باشد و این فاکتور کمیت رشد فرهنگی را که لازمه رشد سایر زمینه ها است، نشان می دهد، چراکه توسعه فرهنگی، پیش شرط و لازمه توسعه در ابعاد مختلف زندگی در دنیای متمدن امروزی است، علاوه بر آن مطبوعات و رسانه بهترین ابزار برای تبادل، ترویج یا تهاجم فرهنگی کشورها نسبت به یکدیگر هستند و کشورهای توسعه یافته با استفاده از رسانه ها همواره در پی برتری جویی و برتر نشان دادن تفکر و فرهنگ خود بر سایر کشورها، به ویژه کشورهای جهان سوم هستند. کشورهای توسعه یافته می کوشند که اینگونه القا کنند که پذیرش فرهنگ آنها تنها راه رسیدن به رشد علمی و توسعه در دنیای امروز و آینده است. در واقع کشورهای توسعه یافته غربی در تلاش هستند که از تضعیف فرهنگ های بومی کشورهای جهان سوم و اشاعه فرهنگ غربی را اجتناب پذیر و از شروط لازم برای رسیدن به دنیای مدرن و توسعه جلوه دهند. در این راستا با استفاده از ابزارهای رسانه ای به صورت برنامه ریزی شده و هدفمند، اما خزنده و آرام در پی تغییر ذائقه و تفکر مردم جوامع نسبت به فرهنگ بومی خود هستند که برای تحقق این هدف، ابزار رسانه ای به دلیل داشتن ویژگی منحصر به فرد، با درهم شکستن محدودیت مکانی مرزهای جغرافیایی، زمانی، سرعت انتقال اطلاعات بالا، جذابیت و اثرگذاری بسیار زیاد کارآمدترین صلاح به شمار می رود که بخش عمده ای از این کارآمدی رسانه ها مدیون هنر گرافیک است.

نحوه شکل گیری و ساختار انتشار مطبوعات در کشور ما نیز، برگرفته و تقلیدی از کشورهای پیشرفته غربی است، که ابداع کننده فن آوری ارتباطات و رسانه هستند، بدیهی است که با استفاده از فن آوری وارداتی، مجبور به دنباله روی از تکنولوژی آنها هستیم. در این راستا در امور

و اصول گرافیکی نیز از روش‌ها و تکنولوژی پیشرفته غربی استفاده می‌شود؛ چرا که ابداع تکنولوژی ارتباطات متناسب با شرایط کشورهای غربی به‌وجود آمده است. از این رو هنرمندان و گرافیست‌های کشورهای مختلف از جمله کشورما، باید دقت داشته باشند که برای استفاده از این ابزار و فن‌آوری پیشرفته، شرایط فرهنگ بومی خود را فراموش نکنند و مجذوب فرهنگ غرب نشوند، تا این فن‌آوری در راستای ترویج فرهنگ غربی و تضعیف فرهنگ بومی قرار نگیرد. رسانه‌های ما باید از فرهنگ، اصالت‌ها، ارزش‌ها و گنجینه فرهنگی کشورمان حفاظت کرده و به انتقال مناسب اصالت‌های فرهنگی توجه جدی داشته باشند.

هنر گرافیک یکی از ارزنده‌ترین و اثرگذارترین ابزار انتقال میراث فرهنگی کشورمان از گذشته دور تاکنون بوده است و از این پس نیز می‌تواند با خلق آثار هنرمندانه‌تر، بیش از پیش در خدمت توسعه و انتقال گنجینه‌های غنی فرهنگی کشورمان قرار گیرد، چرا که هر اثری که در قالب هنر ننگجد، در طول تاریخ ماندگار نیست و اگر امروزه ایران به‌عنوان یک کشور با سابقه تمدنی درخشان برای دنیا شناخته شده‌است، حاصل تلاش ستودنی هزاران تن از مردان و زنان هنرمند این سرزمین هنرپرور است که در طول تاریخ با دستان توانمند آنها خلق شد و به نام ایرانیان ثبت گردید. بخشی از این آثار در حوزه گرافیک از جمله گرافیک مطبوعاتی بوده است که در ادامه موضوع بحث مؤلف در این کتاب است.

### گرافیک مطبوعاتی

گرافیک مطبوعاتی را برای سهولت در ارائه آموزش و انجام تجزیه و تحلیل بهتر مفاهیم بصری، می‌توان به دو بخش، عناصر تصویری و عناصر نوشتاری دسته‌بندی کرد، اگر چه در عالم واقعی خواننده هنگام ورق زدن و مطالعه یک نشریه، به ترکیب همه عوامل بصری صفحه، اعم از عناصر تصویری و نوشتاری، در کلیت منسجم نگاه می‌کند و کل صفحه به یکباره در مقابل چشم خوانندگان قرار گرفته و بررسی یا دسته‌بندی عناصر بصری به شکل تصویری و نوشتاری مورد توجه خوانندگان نیست، با این وجود در رسانه‌های مکتوب، وجود عناصر «تصویری یا دیدنی»، موجب جذابیت و تقویت بیش‌تر عناصر «نوشتاری یا خواندنی» می‌شود، بسیاری از رسانه‌های مکتوب با استفاده از این اصل و به کارگیری قواعد زیبایی‌شناسی رسانه‌ای و گرافیک مطبوعاتی، ضمن ایجاد جذابیت در شکل ظاهری، محتوای نشریه را برای خوانندگان جذاب‌تر و خواندنی‌تر می‌کنند، در نتیجه نشریه ضمن برقراری ارتباط بهتر با مخاطبان، اثرگذارتر شده و توجه مخاطبان بیش‌تری را به خود جلب کرده‌اند.

به واسطه به‌کارگیری هنر و فن گرافیک در زیباسازی بصری نشریات مکتوب، پیام‌های



رسانه‌های مکتوب در ذهن مخاطب ماندگارتر از پیام سایر رسانه‌ها است؛ رسانه‌های مکتوب اثر عمیق‌تری دارند و در مقایسه با سایر رسانه‌ها از شانس بیش‌تری برای تولید فکر و اندیشه برخوردار هستند. رسانه‌های دیگر به‌ویژه رسانه‌های مجازی، بیش‌تر گذری هستند و در بسیاری مواقع جنبه تفریحی دارند؛ می‌توان گفت که قدرت تحلیل و عمق نفوذ رسانه‌های مکتوب را ندارند. پیش از آن که وارد جزئیات بحث صفحه‌آرایی شویم، ابتدا باید تعریفی از گرافیک مطبوعاتی و صفحه‌آرایی ارائه دهیم.

### تعریف گرافیک و صفحه‌آرایی مطبوعاتی

تعریفی که انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران برای «هنر گرافیک» پیشنهاد کرده‌اند، عبارت است از: «خلق یا ارائه راه حل مناسب بصری، برای تسهیل در ارتباطات مورد نیاز جامعه.»

گرافیک در واژه به معنای: ترسیم چیزی به وسیله‌ی اشکال و خطوط، نمودار و در زبان فرانسه به معنای کشیدن و رسم کردن؛ و معنای اصطلاحی آن: هنر انتقال دادن یک پیام از طریق تصویر به مخاطب بر اساس یک سفارش است و همان «ارتباط تصویری» نامیده می‌شود. گرافیک مطبوعاتی بخشی از هنر گرافیک است که در خدمت رسانه‌های مکتوب و مطبوعات قرار می‌گیرد، که بخشی از فرایند ضروری فعالیت رسانه‌های مکتوب به شمار می‌رود، در بیش‌تر موارد به شکل صفحه‌آرایی ظاهر می‌شود.

صفحه‌آرایی نیز عبارت است از: ایجاد نظم و روابط منطقی و موزون بین عناصر نوشتاری، تصویری و فضاهای خالی در صفحات مجله با هدف تفهیم بهتر پیام، تسهیل در خواندن و ترغیب خواننده به خواندن متن، از طریق ایجاد زیبایی بصری و خلاقیت در طراحی.

اصطلاح صفحه‌آرایی در فارسی امروز معادل واژه «لی‌اوت» در انگلیسی و «میرانپاژ» در زبان فرانسوی است. اغلب موارد صفحه‌آرایی آثار گرافیکی که شامل متن نوشتاری و واژه‌ها است، برای رسانه‌های مکتوب مثل روزنامه‌ها به کار می‌رود.

### نظام ارتباطی در صفحه‌آرایی

نظام ارتباط تصویری حاکم بر صفحات روزنامه‌ها و مجلات در همه فرهنگ‌ها، اشتراکات فراوانی دارند. قوانین مشترک زیبایی‌شناسی در صفحه‌آرایی، مبتنی بر اصولی چون توازن، تعادل، تقارن و تحرک است که این اصول با سرشت و طبیعت انسان هماهنگ است؛ بهره‌گیری از این اصول فراگیر در گزینه انسان‌ها، از ایجاد اختلال معنایی و طرز تلقی‌های



متعدد و دلخواه جلوگیری می‌کند، چرا که نظام ارتباط تصویری، در دنیای کنونی تبدیل به یک نظام فراملیتی و «ذهن مشترک» انسان معاصر شده‌است، با وجود اختلاف فرهنگ و دیدگاه‌ها تا حد زیادی برداشت‌ها و تفسیرهای مردم جوامع مختلف از طراحی‌های گرافیکی تا حد زیادی به هم نزدیک است؛ از این رو می‌توان از گرافیک به‌عنوان «ذهن مشترک» انسان‌ها یاد کرد.

یکی از کارکردهای مهم صفحه‌آرایی، تسهیل در خواندن محتوا یا به تعبیری «مدیریت قرائت متن» است، که مدیر هنری به‌وسیله زیباسازی صفحات با استفاده از عناصر بصری و ترکیب خلاقانه ایجاد می‌کند، اما زیبایی صرف، بیش‌تر به کار «دیدن» می‌آید و در صفحاتی که فقط به زیبایی توجه شود، ممکن است که فقط جذاب و چشم‌نواز بودن را تأمین کنند و منجر به «خواندن» محتوای متن نشوند، چرا که توجه صرف به زیبایی، خواننده را فقط ترغیب به «دیدن» و ورق زدن نشریه می‌کند، از این رو ممکن است، محتوای نشریه توسط مخاطبان خوانده نشود، البته این نوع صفحه‌آرایی همیشه ناکارآمد نیست، بلکه در مجلات تخصصی مد، آرایش، عکس، کودکان و نوجوانان و... کار برد دارد، از این رو می‌توان در این نوع مجلات از تصاویر بیش‌تر و جذاب‌تر استفاده کرد.

در چنین نشریاتی عنصر عکس بر عنصر کلمه تسلط دارد، اما فراموش نکنیم که بسیاری از جلوه‌های هنر گرافیک از ترکیب و تلفیق دو عامل «تصویر» و «نوشته» حاصل می‌شود. برای نمونه می‌توان به صفحه‌آرایی روزنامه‌ها و مجلات، پوستر، طرح روی جلد، طراحی تمبر پستی، طراحی اسکناس، طراحی آگهی تبلیغاتی، بیل‌بورد و... اشاره کرد که با ترکیب زیبا، موزون، معنادار و جذاب تصاویر و نوشته‌ها، پیام مورد نظر را منتقل می‌کنند.

یکی از کارکردهای اصلی صفحه‌آرایی، ایجاد زیبایی بصری و جذابیت در نشریه است، با این وجود باید در نظر داشت که تسهیل در خواندن یا به عبارتی «مدیریت قرائت متن» نیز به همان اندازه مهم است؛ به طور حتم مدیران رسانه‌ها از اینکه مخاطبان مجلات و روزنامه‌های آنها را فقط ببینند و ورق بزنند، خوشحال نمی‌شوند، بلکه می‌خواهند خوانندگان، مجلات آنها را با تمام وجود بخوانند و صفحه‌آرایی را نیز با این هدف انجام می‌دهند که ضمن ایجاد جذابیت، معنای پیام نوشتاری را کامل کرده و بر ذهن مخاطب اثر بیش‌تری بگذارند.

زیبایی صرف بدون توجه به پیام متن، فقط ترغیب به دیدن می‌کند. صفحاتی که در آنها بدون در نظرگیری محوریت محتوا، فقط به زیبای صفحه پرداخته شود، اهداف مطبوعات و نشریات را برآورده نکرده و خواننده را به خواندن محتوا ترغیب نمی‌کند؛ به‌ویژه در نشریات وزین و تحلیلی که محتوا اهمیت بیش‌تری از تصاویر دارد و در واقع اصل بر خواننده شدن



محتوا توسط خوانندگان است. با این وجود در علوم ارتباطات و رسانه، گرافیک مظهر ارتباطات غیر کلامی است؛ ضمن آنکه بخش زیادی از ارتباطات غیر کلامی در ابعاد گسترده‌ای تصویری هستند. گرافیک به جهت افزایش سرعت در انتقال برتر، رساتر و کامل‌تر پیام و تأثیر بیش‌تر و عمیق‌تر بر مخاطبان، جایگاه بسیار مهمی در علوم ارتباطات به ویژه مطبوعات دارد.

### نقش گرافیک در خلق اثر

برای توجیه نقش گرافیک در خلق اثر هنری و حدود کار وی، به ذکر مثالی اشاره می‌شود؛ شخصی با دیدن طرح یکی از دوستان گرافیکست خود، از او پرسید که این عکس را شما گرفته‌اید، طراح پاسخ داد؛ خیر؛ دوستش دوباره پرسید پس حتماً این متن را شما برای طرح نوشته‌ای، طراح پاسخ داد؛ خیر؛ طراح در پاسخ گفت: چینی این عناصر و ارتباط تصویری به صورت یک ترکیب هدفمند و معنا دار، برای انتقال پیام کار من بوده است.

در واقع طراح با بهره‌گیری از ایده ذهنی خود و اجرای ایده با استفاده از عناصر گرافیکی نظیر واژه‌ها، رنگ‌ها، نشانه نوشته (لوگو تایپ)، تصاویر، تقارن، توازن، تضاد، سایه‌ها، اشکال، کوچکی و درشتی، مقیاس، ترتیب قرار گرفتن، موقعیت قرار گرفتن، سطح، حجم، خط، نقطه و سایر عناصر ترسیمی برای برقراری ارتباط تصویری یک طرح پیام‌دار می‌سازد که اثرگذاری پیام را بر روی مخاطبان بیش‌تر می‌کند. از این رو ایده‌سازی و آمادگی ذهنی برای ترکیب عناصر مهم‌ترین بخش کار یک گرافیکست است. ایده در ذهن طراح با تفکر به موضوع طرح، تمرین و تجزیه و تحلیل آثار خلق شده طراحان دیگر با گذر زمان به وجود می‌آید.

برای اینکه طراح در کار گرافیکی ایده، بینش و تفکر خلاق پیدا کند، می‌تواند با نگاه کردن به کارهای دیگران در زمینه‌های مرتبط، به‌ویژه آثار طراحان و گرافیکست‌های با تجربه، ایده گرفته و از ابتکار طراحان دیگر برای آمادگی ذهنی و خلاقیت بیش‌تر خود، سود ببرد. نگاه کردن به طرح مجلات، روزنامه‌ها و یا فصلنامه‌هایی که مختص به طراحی گرافیک هستند، در این راستا کمک بزرگی برای نوآموزها محسوب می‌شود. طرح‌های آگهی‌های تبلیغاتی و بازرگانی، کتاب‌ها، پوسترها و... به پرورش ذهن و ایده طراح کمک می‌کند.

به یاد داشته باشیم که موارد گفته شده در مدت کوتاه حاصل نمی‌شود، بلکه با تلاش و تمرین پیگیر و کسب تجربه نیاز به زمان چندین ساله دارد و یک شخص علاقه‌مند به طراحی، باید با طرح‌های کوچک تمرین خود را شروع کند و به تدریج نردبان ترقی را بگذراند. در واقع نوآموزان و علاقه‌مندان باید با تأمل، تمرین و مرور آثار دیگران شمش و ذهن هنری و خلاق را در خود شکوفا کنند.

### قطع مناسب در نشریات دانشگاهی

انتخاب قطع مناسب برای نشریه، از موارد اصلی شروع کار در نشریات است و باید در همان ابتدای کار مشخص شود. برای انتشار نشریه در ابتدای باید از کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه، مجوز انتشار گرفته شود. لذا باید قطع انتشار توسط مدیر مسؤول تعیین شده و در فرم درخواست مجوز انتشار نشریه اعلام گردد؛ علاوه بر آن اندازه صفحه و تعیین حاشیه صفحه و گرید پایه و اساس کار صفحه‌آرایی است و «گرافیک مطبوعاتی» یا «زبان تصویری رسانه‌ای»، اطلاعات نوشتاری و تصویری را بر پایه‌ی اندازه‌های دقیق گرید در صفحات شکل می‌دهد، تا بتوان در «سطح مفید» یا «محدوده چاپی» معین و مشخص شده چینی‌ش کند.

از این رو تا قطع نشریه مشخص نشود امکان گریدبندی صفحه وجود ندارد، اگرچه خطوط گریدها در چاپ دیده نمی‌شوند، اما اثر آنها در اسکلته‌بندی و ساختار صفحه چاپی، قابل لمس است و ساختار نهایی صفحات چاپی بر اساس ساختار نامرئی «گرید»، به وجود می‌آید. بر اساس بررسی‌های انجام شده بهترین قطع انتشار نشریات در فضای دانشگاهی قطع رحلی (۲۱۰ در ۲۸۵ میلی‌متر) است که در استاندارد کاغذ گروه A به‌اندازه استاندارد «A4» نیز نزدیک است. این قطع در نشریات دانشجویی کاربردی و منطقی است، چون در این قطع کار صفحه‌آرایی مطالب آسان‌تر بوده و امکان تکثیر و چاپ نیز با توجه به محدودیت امکانات در دانشگاه‌ها آسان‌تر فراهم می‌شود.

قبل از پیدایش و توسعه نرم افزارهای صفحه‌آرایی رایانه‌ای، مدیران هنری و گرافیست‌ها کار صفحه‌آرایی را به صورت دستی و بر روی کاغذهایی که دارای خط‌کشی منظم بودند، انجام می‌دادند. این کاغذها دارای گریدهای خط‌کشی شده بودند و به صورت خطوط باریک و کمرنگ در ستون‌های ۳۵ میلی‌متری با فاصله ستون پنج میلی‌متر، ترسیم شده و در اندازه‌های مختلف استاندارد چاپ می‌شدند. به این کاغذهای گریددار چاپی (لیوت) گفته می‌شد. گریدها که عرض، ارتفاع و فواصل میان ستون‌ها و اندازه دقیق حاشیه‌های بالا، پایین، چپ و راست در آن مشخص بود، چارچوب نظام‌مندی برای چیدن و آرایش عناصر نوشتاری و تصویری را فراهم می‌کرد و مدیر هنری با همکاری حروفچین متن‌ها را با استفاده از نرم‌افزار بسیار ابتدایی زنگار، حروفچینی کرده و پس از گرفتن پرینت، متن‌ها را در جای مورد نظر روی صفحه می‌چسباند. عکس‌های مربوط به هر متن نیز پس از چاپ در کنار متن چسبانده می‌شدند. در بخش‌هایی که به طرح یا نقاشی خاصی نیاز بود، از همکاری نقاش استفاده می‌شد تا با کمک دست، طرح مورد نظر را بر روی صفحه ترسیم کند. در واقع به جز حروفچینی بقیه‌ی کارهای صفحه‌آرایی با دست انجام می‌شد.

### عکس در مطبوعات

عکس در مطبوعات برای ایجاد جذابیت بصری نقش بسیار مهم و تعیین کننده‌ای دارد، از این رو عکاس باید دارای سواد بصری برای دید سوژه‌پردازانه، شکار لحظه‌ها، مدیریت تصویری، کادر عکس، نقد تصویری، خلاقیت تصویری، ارزش‌گذاری تصویری و زبان تصویری باشد.

### عوامل تعیین قطع نشریه

- عامل اقتصادی و توانایی مالی انتشار نشریه با توجه به قیمت انواع چاپ؛
- حداقل رساندن دور ریز و ضایعات کاغذ با توجه به استانداردهای صنعت چاپ؛
- توجه به زمینه انتشار مجله؛
- علایق و سطح مخاطبان مجله.

### کارکرد جلد در مجلات

- محافظت از صفحات داخل مجله؛
- ترغیب خواننده به خواندن مجله به‌عنوان ویتترین محتوای نشریه.

### دسته‌بندی کلی نشریات

از نظر گرافیکی با یک دسته‌بندی کلی می‌توان، نشریات را به سه دسته، تیترا محور، عکس محور و محتوا محور تقسیم‌بندی کرد که بیش‌تر نشریات دانشگاهی بر اساس این تقسیم‌بندی در دسته سوم قرار می‌گیرند و برخی دیگر که زمینه‌های طنز، عکس و... منتشر می‌شوند عکس محور هستند.

همچنین می‌توان مطبوعات را به سه دسته تخصصی، تفریحی و اطلاع‌رسانی تقسیم‌بندی کرد که نشریات علمی دانشگاهی در دسته اول و نشریات غیر علمی در دسته‌های دوم و سوم قرار می‌گیرند. روزنامه‌های کشور در دسته سوم این دسته بندی قرار دارند.

### عناصری که جلوه بصری را تقویت می‌کند

- حروف بزرگ یا سر حروف بزرگ؛
- نشانه‌ها و نمادهای گرافیکی کوچک؛
- عکس، تصویر، نمودار یا جدول؛
- کادرهای سایه‌دار؛

- خطوط؛

- نمادهایی برای شماره سرصفحه؛

- نقل قول میان متن؛

- بزرگ کردن شروع پاراگراف؛

- علائم پایین متن؛

- حروف ویژه و حروف معکوس؛

- کادر یا قاب برای عکس‌ها و تصاویر؛

- اختلاف اندازه حروف؛

- شکل بندی ابداعی ستون‌ها؛

- عکس‌ها و تصاویر بزرگ‌تر؛

- بزرگ نمایی اعداد به‌عنوان یک عنصر بصری.

### عناصر بصری صفحه

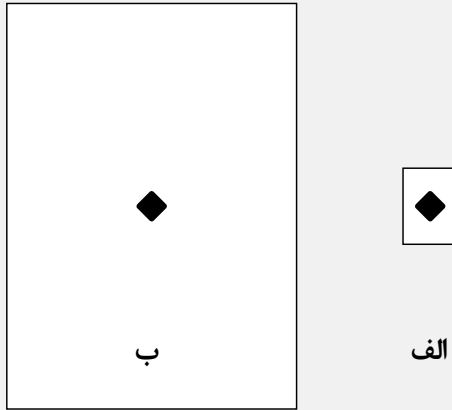
نقطه، خط، سطح، حجم، بافت، متن، عکس، شکل‌ها، نمودارها، تیترو اجزای آن، فضای خالی یا سفید، رنگ، توازن، تقارن و... عناصر بصری صفحه یا گرافیکی محسوب می‌شوند که اساس آرایش و صفحه‌آرایی با ترکیب این اجزا با رعایت قواعد شکل پیدا می‌کند. در این بین نقطه، خط، سطح، حجم، بافت، حرکت، تقارن، توازن، رنگ و... عناصر اولیه بصری هستند که شکل‌ها را می‌سازند و بر اساس آنها عناصر صفحه انتظام پیدا می‌کنند. در ادامه به برخی از عناصر اصلی گرافیکی می‌پردازیم.

### نقطه

نقطه، ساده‌ترین و تجزیه‌ناپذیرترین عنصر ارتباط بصری است و طبیعی‌ترین شکل نقطه حالت گرد آن است. از نظر ارزش بصری حالتی نسبی دارد و در هر سطحی که قرار گیرد چشم بیننده را به سمت خود جلب می‌کند و با سرعت دیده می‌شود؛ ارزش نقطه به موقعیت و اندازه کادر و فضایی که در آن قرار می‌گیرد، بستگی دارد؛ به‌عنوان مثال یک دایره مشکی رنگ به قطر دو سانتی‌متر در یک کادر بزرگ پوستر  $50 \times 70$  سانتی‌متر، یک نقطه محسوب می‌شود، اما این دایره مشکی با همین اندازه در یک کادر یا صفحه  $3 \times 4$  سانتی‌متر یک سطح محسوب می‌شود، چون بر اساس کادر و فضایی که نقطه در آن قرار گرفته، اثرگذاری معنای آن نیز متفاوت است.

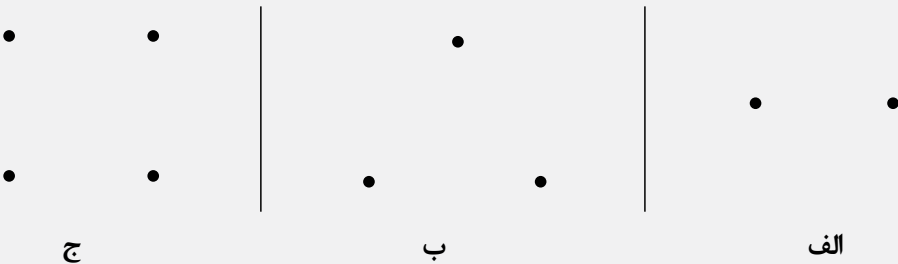


در هنرهای تجسمی نقطه در واقعیت وجود داشته و وجود آن ارتباطی مستقیم با کادر دارد و اگر کادر کوچک شود، تبدیل به سطح یا حجم می‌شود. از نظر تجسمی، ممکن است، نقطه در هر شکلی ظاهر شود: دایره، مثلث، مربع، برگ، میوه و... اندازه آنها نسبت به کادر یا زمینه نقطه را تبدیل به سطح، نقطه یا حجم می‌کند. در شکل الف مثال زیر نقطه به جهت درشتی در مقایسه با کادر صفحه، به شکل سطح و در شکل ب به صورت نقطه دیده می‌شود.

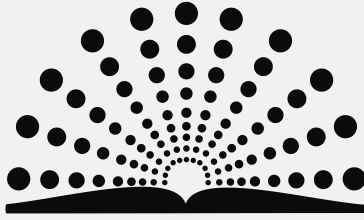


اگر چند نقطه در کنار هم قرار گیرند، به طور انتزاعی خاصیت اتصالی دارند و ذهن انسان را هدایت می‌کنند، تا آنها را امتداد داده و به طور ذهنی آنها را به هم متصل کنند، همان گونه که در جهت‌یابی جغرافیایی با امتداد دادن نقطه‌های ستارگان آسمان، اشکال فرضی می‌سازند و براساس آن جهت خود را شناسایی می‌کنند.

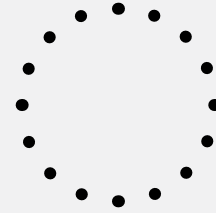
از نظر گرافیکی دو نقطه فاصله‌دار از هم در داخل یک صفحه سفید، برای حس بینایی یک خط راست را تداعی می‌کند، سه نقطه، یک مثلث و چهار نقطه یک چهارضلعی را در ذهن تداعی می‌کند و اگر نقطه‌ها در یک راستا باشند، خط را نشان می‌دهند.



تکرار نقطه در یک کادر، اگر به حالت موزون باشد، مفهوم «ریتم گرافیکی» را نشان می‌دهد؛ به هرگونه تکرار شکل، رنگ، حرکت و وضعیتی شبیه به هم بر اساس یک نظم معین و منطقی ریتم گفته می‌شود؛ مانند شکل الف و ب که نقطه‌ها به شکل ریتم هستند.

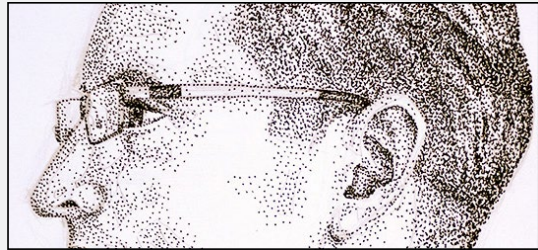


ب



الف

برخی از هنرمندان حرفه‌ای نیز در نقاشی‌های خود از ترکیب انواع نقطه‌ها استفاده می‌کنند که سبک «پوینتیلیست» یا «نقطه چینی» مشهور است. هر چه فاصله نقطه کمتر و تراکم بیش‌تر شود قابلیت هدایتگری و القای تصویر ذهنی بیش‌تر می‌شود تا جایی که تراکم بالای نقطه‌ها به صورت خط، سطح یا حتی بافت نمایان می‌شود. تصاویر زیر استفاده از نقطه‌ها برای ترسیم اشکال را نشان می‌دهد که به صورت خط و سطح درآمده و چهره انسان را به نمایش گذاشته است.



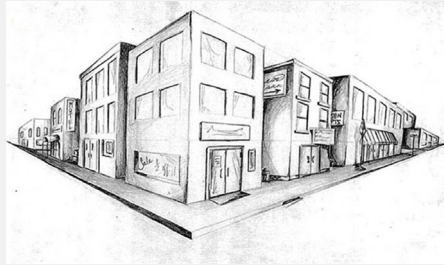
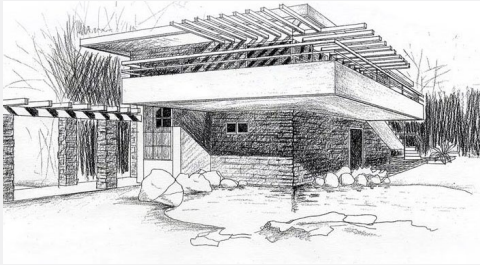
### خط

اگر نقطه‌هایی که در امتداد هم قرار گرفته‌اند، آنقدر به هم نزدیک شوند که دیگر نتوان فاصله به بین آنها را تشخیص داد، احساس امتداد داشتن به ذهن القا می‌شود و عنصر دیگری به نام خط به وجود می‌آید؛ خط را می‌توان نقطه در حال حرکت یا تاریخ حرکت نقطه تعریف کرد، چون برای ترسیم خط ابتدا نوک قلم به صورت نقطه روی صفحه گذاشته و سپس برای ترسیم خط به حرکت در می‌آید.

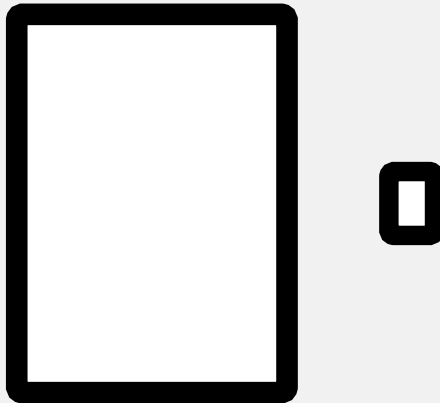
در هنرهای بصری خط به جهت ماهیت و ویژگی‌هایی که دارد، مملو از حرکت و انرژی بوده



و حالت ایستا ندارد، در بسیاری از اشکال خط حضوری فعال و پر تحرک دارد. در اشکال زیر عنصر خط حضور فعال و پویا دارد.



از گذشته دور تاکنون خط مهم‌ترین عنصر بصری در گرافیک بوده است و در دوره معاصر جهان نیز «خط» عنصر بصری بسیار مهمی محسوب می‌شود. در گرافیک، خط کاملاً دیده می‌شود و وجود دارد، خط همان ارتباط و وضعیت نقطه را نسبت به کادر دارد؛ یعنی اگر کادر کوچک شود، خط به سطح تبدیل می‌شود. به طور مثال، در یک پوستر  $50 \times 70$  سانتی‌متر، کادری به ضخامت نیم‌سانتی‌متر، خط محسوب می‌شود، اما در یک تمبر پستی که ابعاد آن  $2 \times 3$  سانتی‌متر است، خطی با این ضخامت، «سطح» به حساب می‌آید.



در گرافیک، واقعیت شکل‌ها و عینیت پدیده‌ها، با خط ارزش تجسمی پیدا می‌کند و اطراف و سطوح هر شکل یا اشیا با خط مشخص می‌شود و دو فضای متفاوت سطوح و حجم‌ها را از هم متمایز می‌کند. از نظر تصویری و گرافیکی، خط بر حسب نازک یا ضخیم بودن،



کمرنگ یا پرنرنگ بودن، صاف یا ناصاف بودن، مستقیم یا زیگزآگی بودن، ضخامت یکنواخت یا غیریکنواخت داشتن و مواردی از این قبیل بیان‌های حسی متفاوت دارد و تأثیرات روانی متفاوتی را منتقل می‌کند. همان‌گونه که حس لامسه انسان زبری و نرمی سطوح را تشخیص می‌دهد، حس بینایی نیز تأثیرات روانی خط و ارزش‌های بصری آن را احساس و درک می‌کند. غیر از جنس خط، می‌توان از تقسیم‌بندی راست (مستقیم) یا منحنی و شکسته یا دنداندار هم برای خطوط استفاده کرد. خطوط منحنی، چشم‌نواز و آرامش‌بخش بوده و نرمش و لطافت را در ذهن تداعی می‌کنند و خطوط دنداندار، به ویژه اگر زاویه‌های تیزی داشته باشند، تنش‌زا بوده، حس تهاجم و خشونت را القا می‌کنند.

خط مستقیم، در سه وضعیت نسبت به کادر واقع می‌شود؛ حالت افقی آن که معرف آرامش و سکون و تعادل است، شبیه حسی که از مشاهده سطح آب‌های آرام یا دشت‌های وسیع به انسان دست می‌دهد؛ خط عمود، قدرت، نیرومندی و استواری را تداعی می‌کند و نوعی انرژی نهفته و پنهان در خود دارد؛ خط مایل، دارای انرژی در حال جریان و حرکت و پویایی است. در واقع خطوط مایل، همان خطوط عمود هستند که از ایستایی و سکون خارج شده و به حرکت درآمده‌اند و یا می‌توان تعبیر کرد که همان خطوط افقی هستند که به جانب خط عمود تمایل یافته‌اند.

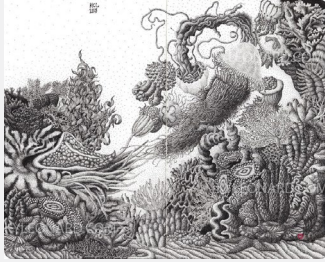
در اشکال زیر با استفاده از خطوط مختلف سطوح ایجاد شدند که با ترکیب خطوط عمودی و افقی به همراه مقداری انحناء، سطوح موزون با ترکیب خلاقانه، نوعی حرکت پایدار، مداوم و با اطمینان را در ذهن تداعی می‌کند.



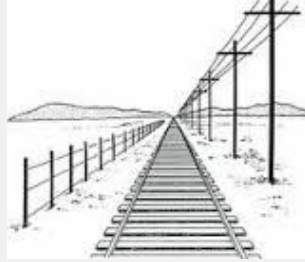
طراحی مانند صدا و کلام وسیله برای بیان است که موجودیت خود را از خط کسب می‌کند، تا احساسات و افکار و اندیشه افراد را با استفاده از قوه بینایی به دیگران انتقال دهد. در واقع در گرافیک، بخش عمده مقصود و ذهنیت و ایده طراح با خط بیان می‌شود و در آثار مختلف گرافیک، خط اهمیتی ویژه‌ای دارد. در طبیعت خطوط به صورت صاف و خالص به ندرت یافت



می‌شود، اما در مصنوعات ساخت بشر به فراوانی دیده می‌شود، از سیم برق گرفته تا امتداد جاده‌ها و ساختمان‌ها، درها و پنجره‌ها و غیره، همه را می‌توان با خط ترسیم کرد. در اشکال زیر استفاده از خطوط صاف و ناصاف و نقطه برای تداعی شکل‌ها، دیده می‌شود.



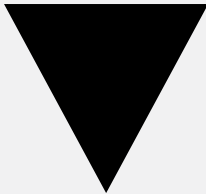
ب



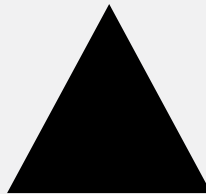
الف

### سطح

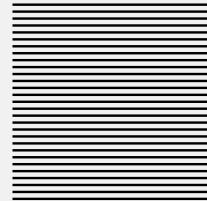
چند خط در یک صفحه اگر با فاصله کم از هم قرار بگیرند (شکل الف)، در تجسم ذهنی فاصله بین آنها مابین سطح است. یا اگر در یک کادر، سه نقطه فاصله‌دار به گونه‌ای قرار گیرند که در یک راستا نباشند، سطح مثلثی را القا می‌کند و برای ایجاد سطح، حداقل وجود سه نقطه ضروری است. در هنرهای تجسمی، خطوط شکل‌ها را می‌سازند و زمینه قرار گرفته در داخل شکل‌ها، سطح هستند؛ اگر نقطه‌ها یا خطوط نسبت به کادر بزرگ شوند، ایجاد سطح می‌کنند. وضعیت قرار گرفتن سطح نسبت به کادر به آن معنا می‌دهد. به عنوان مثال مثلثی که قاعده‌اش پایین باشد (شکل ب) تداعی استحکام و پایداری را در ذهن دارد و اگر رأس آن پایین و قاعده‌اش بالا قرار گیرد (شکل ج)، نماد تزلزل و سستی است. یا مربعی که روی یکی از ضلع‌های خود روی خط کادر قرار گیرد، بسیار مقاوم و پایدار است.



ج



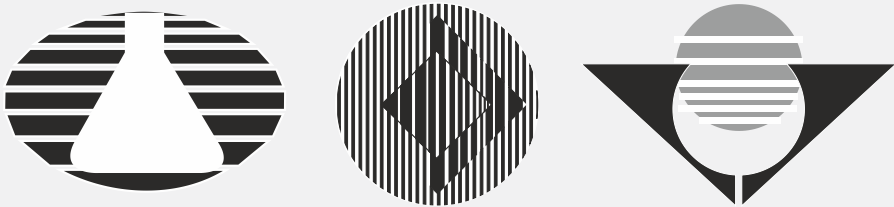
ب



الف

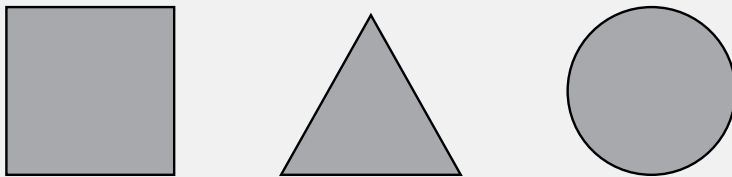
علاوه بر حالت و وضعیت واقع شدن سطوح در داخل کادر، رنگ، بافت و شکل کلی سطوح

تأثیرات و مفاهیم بصری خاصی را به همراه دارند. در یک اثر گرافیکی، سطوحی که شکل‌ها را می‌سازند «مثبت» هستند و فضای خالی یا فاصلهٔ میان سطوح و زمینه کار را سطح «منفی» می‌نامند که در هنرهای تجسمی خاور دور «خلاء» نامیده می‌شود. در آثار گرافیکی اهمیت و ارزش سطوح منفی کمتر از سطوح مثبت نیست. در شکل‌های زیر بخش‌هایی که با رنگ مشکی پوشانده شده مثبت و جاهای خالی بین آنها فضای منفی است.



### شکل

دایره، مثلث و مربع شکل‌های اصلی در گرافیک هستند، که برای طراحی، به ویژه طراحی آرم اهمیتی ویژه‌ای دارند، این اشکال در گرافیک بسیار کارآمد هستند. دایره نماد حرکت و زمان، کیهان، عالم ملکوت و جهان معنوی و متعالی، عاطفه و احساس، تفکر، کمال و تمامیت است، دایره نور و خورشید را نیز تداعی می‌کند. مربع، نماد سرپناه، خانه، استقرار و استحکام، دریچه و پنجره و ماده است، ضمن آن که معرف مفاهیمی مانند؛ چهار جهت اصلی، چهار فصل و به اعتقاد پیشینیان چهار عنصر اصلی خلقت (آب، باد، خاک، آتش) است.



### حجم

حجم‌ها دارای سه بُعد طول، عرض و عمق (ارتفاع) هستند و سه عامل نقطه، خط و سطح در ساخت آنها نقش دارند. حجم‌ها اگر دارای نظم هندسی باشند، از بسط و توسعه سطوح اصلی دایره، مربع و مثلث به وجود می‌آیند؛ مانند مکعب، مکعب مستطیل، منشور، مخروط، کره و... بسیاری از حجم‌ها نیز نظم هندسی ندارند، مانند؛ یک صخره یا یک قطعه سنگ که به شکل هندسی منظم نیستند.

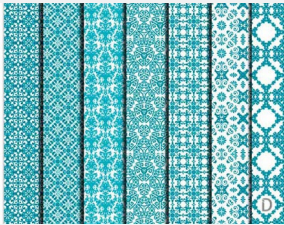
در شکل‌های زیر حجم شکل‌های اصلی، خانه و کوه مشاهده می‌شود.



اصطلاح «مثبت» و «منفی» در مورد حجم هم به کار می‌رود و به ترتیب به آنها حجم‌های توپر و توخالی گفته می‌شود. سطوح اصلی دایره، مربع و مثلث، اگر حول یک محور عمودی بچرخند، حجم را به وجود می‌آورند که همان خاصیت‌های شکل اصلی را دارند. کره از دوران دایره حول محور قطر آن و مخروط از دوران مثلث در حول یک ضلعش و استوانه از چرخش مربع یا مستطیل حول یکی از اضلاع به دست می‌آید و به ترتیب ویژگی‌ها و تأثیرات بصری دایره، مثلث و مستطیل را دارند.

### بافت

اجسام مختلف از نظر جنس و ویژگی‌های ظاهری اثرات متفاوتی روی افراد دارند. هر کدام از سطوح زبر، نرم، برش خورده، خش دار، مات، شفاف، نقش دار، ساده، رنگ دار و... بر روی سیستم بینایی تأثیرات متفاوت می‌گذارند. در گرافیک این ویژگی‌ها را می‌توان با عنصر بصری «بافت» به واقعیت نزدیک و به حالت طبیعی به مخاطب منتقل کرد. بدون آنکه از حس لامسه استفاده شود. در مثال زیر نمونه‌هایی از بافت مشاهده می‌شود که به نوعی انسان را تحریک می‌کند که سطح آن را لمس کند.



## حرکت

حرکت به معنای تغییر و جابه‌جایی مکان در واحد زمان است. اما این معنا بیش‌تر به حرکت مکانیکی اطلاق می‌شود. در حالی که حرکت، معنایی عمومی‌تر و عمیق‌تر نیز دارد. حرکت به‌عنوان یکی از مظاهر حیات در هنر نیز کاربردهای خود را دارد. نمایش حرکت در هنر تجسمی با تکرار و توالی یک شکل یا یک حالت به وجود می‌آید و معمولاً نمایشگر نوعی ریتم (ضرب‌آهنگ) است. در همین حال اشکال کشیده‌ی عمودی و افقی و خطوط مداوم و جهت‌دار و نیز تکرار آنها به دلیل هدایت نگاه از سمتی به سمت دیگر می‌توانند بیانگر حرکت بصری باشند.

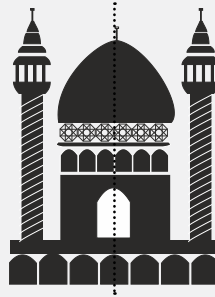
حرکتی که به وسیله عناصر بصری ایجاد گردد، مهم‌ترین بیان هنری است و در بیان تصویری اهمیتی ویژه دارد. هر یک از عناصر بصری نقطه، خط، سطح و حجم می‌توانند حرکت ایجاد کنند و مقدار این حرکت متفاوت است و شکل آن نیز ممکن است مستقیم، مدور، مارپیچی، حلزونی، زیگزاگ و غیره باشد. همچنین جهت آن نسبت به کادر ممکن است عمودی از بالا به پایین، عمودی از پایین به بالا، افقی از راست به چپ، افقی از چپ به راست، مورب راست به چپ، مورب چپ به راست، باشد. ضمن آن که حرکت، در ذات خود با انرژی همراه بوده و پویایی را می‌رساند، نقطه مقابل آن ایستا و سکون است. در اشکال زیر نوعی حرکت و پویایی دیده می‌شود.



برخی مواقع در شکل‌های مثلث متساوی‌الساقین، متساوی‌الاضلاع، مربع و مستطیل نیز مفهوم حرکت وجود دارد. در مستطیل حرکت در امتداد محور طولی آن دیده می‌شود. در بیضی حرکت در محور بزرگ‌تر است. می‌توان گفت که در هر سطح یا حجمی، با توجه به برتری یک جهت آن، انرژی حرکتی را به جانب همان جهت هدایت می‌کند. حرکت را با استفاده از روش‌های دیگر نظیر تکرار عناصر در جهت دایره، فلش جهت‌نما، خطوطی موازی که نشان‌دهنده سرعت در باد است و... می‌توان نشان داد.

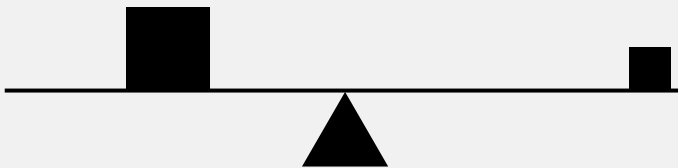
## تقارن

واژه «تقارن» دو مفهوم دارد. در معنی کلی به مفهوم بخش‌های متناسب و متعادل است، که زیبایی و انتظام بخشی یک کلیت را شکل می‌دهد. در مفهوم خاص تر، به معنی شباهت فرم یا آرایش در هر دو سوی یک خط یا سطح جداکننده است. تقارن در طبیعت یافت می‌شود، از جمله شکل متقارن پیکره و چهره انسان، که خود یک محرک قوی برای رعایت تقارن در هنر و طراحی است. تقارن دوسویه، به معنی قراردعی فرم و وزن یکسان در دو سوی یک خط جداکننده است. اندازه، شکل و موقعیت عناصر مشابه است (تصویر زیر). در ابتدای پیدایش صنعت چاپ، طراحان و چاپگران از تقارن دو سویه به عنوان یک اصل انتظام بخش برای نظم دادن و ایجاد وحدت در کارهای چاپی استفاده می‌کردند.



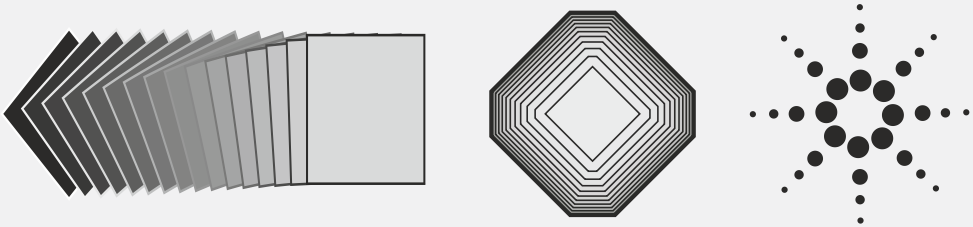
## توازن

هر گاه در یک اثر تجسمی انرژی بصری اجزای آن با یکدیگر و نسبت به کل اثر متعادل باشند، آن اثر دارای ترکیبی متوازن خواهد بود. اگر چه ممکن است اجزای آن نسبت به یکدیگر قرینه نباشند، در واقع توازن بیان کننده روابط متعادل عناصر بصری در یک ترکیب غیرمتقارن است. شکل زیر توازن میان اجزای یک اثر را به صورت ساده‌ای نمایش می‌دهد. به عنوان مثال شکل زیر متقارن نیست، اما توازن دارد و با استفاده از تغییر فاصله، با وجود اختلاف وزن، تعادل دو طرف حفظ شده است.



### ریتم (ضرب آهنگ)

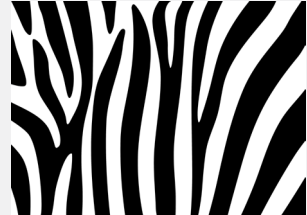
ریتم یا ضرب آهنگ واژه‌ای است که بیش تر در موسیقی کاربرد دارد، اما در هنرهای تجسمی نیز از آن استفاده می‌شود، در هنر تجسمی ریتم معنایی تصویری دارد و عبارت است از تکرار، تغییر و حرکت منظم عناصر بصری در فضای تجسمی؛ به عبارت دیگر تکرار منظم و متوالی یک عنصر تصویری ضرب آهنگ بصری را به وجود می‌آورد.



### کنتراست

کنتراست به معنای تضاد، تباین و کشمکش متقابل میان عناصر و کیفیت بصری است. کنتراست ارتباط منطقی و در عین حال متضادی را میان اجزا و عناصر مختلف یک ترکیب و یا یک اثر هنری بیان می‌کند. بهره گرفتن از کنتراست در آثار هنری باعث جلب توجه و جلوه‌ی بیش تر معنی، گویایی حالت، قوی تر نشان دادن احساس و در نتیجه انتقال مفاهیم و پیام‌ها به شکلی مؤثرتر و عمیق تر می‌شود. استفاده نکردن از کنتراست در عناصر صفحه موجب یکنواختی و کاهش تأثیرگذاری و در نتیجه جذابیت پایین می‌شود.

در هنر تجسمی تباین یا کنتراست بیانگر کیفیت حسی ناشی از عملکرد متقابل دو یا چند خصوصیت متضاد عناصر بصری است. این تضادها را می‌توان از نظر اندازه، جهت، حالت، رنگ، تیرگی و روشنی، بافت متفاوت شکل‌ها و یا از نظر فضای پر و خالی، حجم مثبت و منفی، فرورفتگی و برجستگی، شکل و زمینه، رنگ‌ها و... در صفحه خلق کرد. کنتراست یکی از قوی ترین عناصر بصری برای انتقال بهتر پیام ارتباطی است.



### اجرای کار صفحه‌آرایی در نشریات دانشگاهی

پیش از آنکه به بحث درباره مراحل اجرایی صفحه‌آرایی بپردازیم، ابتدا باید تعریف درستی از آن داشته باشیم و هدف از انجام صفحه‌آرایی و وظایف صفحه‌آرا یا مدیر هنری را در نشریات دانشگاهی بدانیم، همان‌گونه که در ابتدای این بخش گفته شد، صفحه‌آرایی عبارت است از: ایجاد نظم و روابط منطقی و موزون بین عناصر نوشتاری، تصویری و فضا‌های خالی در صفحات مجله، با هدف تفهیم بهتر پیام، تسهیل در خواندن و ترغیب خوانندگان به خواندن متن، به‌وسیله خلاقیت در طراحی و خلق زیبایی بصری در صفحات.

به این ترتیب صفحه‌آرایی یا استفاده از زبان تصویر، از ترکیب هنرمندانه عناصر صفحه شامل؛ کادر یا چهارچوب، ترکیب رنگ، فضای خالی یا سفید(مسطح یا مجازی که عمق را به ذهن القا کند)، نقطه، خط، سطح، حجم، شکل‌ها و تصاویر، ستون‌بندی و فاصله بین ستون‌ها، به‌کارگیری اجزای تیتراژ اصلی، رو تیتراژ، زیر تیتراژ، سوتیتراژ و میان تیتراژ، متن‌ها، طرح و کاریکاتور، نمودار، جدول، لوگو تایپ، سرصفحه و... با بهره‌گیری از ابتکار، ذوق و سلیقه، هنر و ایده گرافیست، ایجاد می‌شود.

یک گرافیست یا صفحه‌آرا می‌تواند با استفاده از اصول صفحه‌آرایی و ساماندهی در نحوه چینش محتوای نشریه، برای هر یک از مطالب با توجه به قرار دادن در نقاط مختلف صفحه اهمیت یا اولویت تعیین کند. در واقع جای قرار گرفتن و اندازه تیتراژها در صفحه، اهمیت و اولویت متن‌ها را در نظر خواننده تعیین می‌کند. در این صورت سردبیر به کمک صفحه‌آرا می‌تواند برای یک متن در ذهن خواننده ارزش آفرینی کند.

سردبیر یک نشریه می‌تواند خبر مربوط به یک رویداد را که با موضع و گرایش فکری او نزدیک است، به‌عنوان مهم‌ترین خبر جلوه دهد و نظر خود را نیز به مخاطبان منتقل کند، سردبیر جهت برجسته کردن و تعیین اولویت برای رویداد مورد نظر و القا اهمیت آن به خوانندگان، با همکاری صفحه‌آرا تیتراژ متن مورد نظر را به شکلی درشت در روی جلد(مجله‌ها) و صفحه نخست(روزنامه‌ها) درج می‌کند، تا به سادگی توسط خوانندگان مشاهده و خوانده شود. خواننده وقتی که آن تیتراژ را بخواند، بدون اینکه برایش چندان ملموس باشد، آن خبر را مهم می‌پندارد، همان چیزی که خواسته سردبیر نشریه است و به شکل غیرمستقیم با استفاده از هنر گرافیک، یک رویداد را در نظر خوانندگان برجسته و مهم جلوه می‌دهد، به این ترتیب چنان القا می‌کند خبر رویدادی که به صورت تیتراژ برجسته شده، مهم‌ترین خبر دوره انتشار آن شماره از نشریه است. در مثال زیر روزنامه ایران بر اساس سیاست کاری، خبرهای یک روز کاری خود را به این شکل اولویت‌بندی و چینش کرده‌است.



در مثال زیر چینش تیترها بر اساس اهمیت و اولویت مورد نظر روزنامه ایران مشاهده می شود.

The image shows a newspaper page with a grid layout. At the top right is the masthead 'ایران' (Iran) in a large, stylized font. Below it are several news items:

- Main Article:** 'روز قدردانی ملت از سر بازان عرصه دیپلماسی و دفاع' (Day of Nationality from the Bazaars of Diplomacy and Defense). It features a photo of a group of men in suits and military uniforms.
- Other Articles:**
  - 'زمان پوداخت عیدی کارمندان دولت و باز نشستگان' (Eid Time for Government Employees and Unemployed)
  - 'دیدهار نخست وزیر بونان با سران نظام' (Prime Minister of Bosnia with Military Leaders)
  - 'سرمایا و یخبندان ۲۰ استان را فراگرفت' (Snow and Frost Hit 20 Provinces)
  - 'مراقبت از تاریخ در یک انقلاب استثنایی' (Caring for History in an Exceptional Revolution)
  - 'میراث از جمنده اسناد وطن دوست برای اصحاب رسانه' (Inheritance from Nationalist Documents for Media Professionals)
  - 'روایت شاهان از جمله به کاروان سلامت آباد' (Kings' Story from the Health Caravan)

در واقع سردبیر می خواهد با استفاده از نشریه یا رسانه، طرز تلقی و نگاه خوانندگان را در راستای نگرش خود هدایت کند و این خواسته تا حد زیادی با استفاده از کار گرافیکی خلاقانه محقق می شود. در بعضی موارد نیز می توان با این کار در ذهن خوانندگان نسبت به موضوعات مورد نظر، دغدغه ایجاد کرد؛ به همین جهت یک گرافیکست مطبوعاتی برای صفحه آرایی روزنامه ها و مجلات، علاوه بر دانستن اصول گرافیکی و تسلط بر نرم افزارهای رایانه ای ویژه امور گرافیکی، از جمله ایندیزاین، پیچ میکر، کوارک، پابلیشر و... باید با اصول و فنون روزنامه نگاری نیز آشنایی داشته باشد، چون کار گرافیک مطبوعاتی ترکیبی از این سه هنر، به همراه خلاقیت، ایده پردازی، شمع یا بینش گرافیکی است؛ البته باید در نظر داشت که کار صفحه آرایی و چینش محتوا در صفحه، علاوه بر دانستن اصول و قواعد صفحه آرایی تا حدی نیز سلیقه ای است و سلیقه افراد در خصوص طراحی صفحات با هم متفاوت است.



با این وجود اصول زیبایی‌شناسی در صفحه‌آرایی با سرشت و حس زیبا دوستی فطری انسان‌ها هماهنگ است و صفحه‌آرا باید با در نظرگیری حس زیبادوستی و امیال مخاطبان در عناصر بصری، از تضاد، توازن، تناسب، تعادل، تحرک و ترکیب مناسب و پیام‌دار عناصر بصری از جمله متن و تصویر استفاده کند.

یک طراح موفق با ترکیب مناسب و برجسته و درشت کردن پیام اصلی در صفحه نخست، در نگاه اول توجه مخاطبان را به آن مطلب جلب کرده و در ادامه با استفاده از پیام‌های فرعی مخاطب را به دیدن یا خواندن سایر پیام‌ها بر اساس اولویت ترغیب می‌کند.

هنر گرافیکست این است که در همان نگاه اول با بهره‌گیری از عناصر جذاب بصری، خیلی سریع با مخاطبان ارتباط برقرار کند. این ارتباط اولیه برای جلب توجه مخاطبان بسیار مهم است، چون نشریات زیادی در کنار گیشه‌های روزنامه‌فروشی در معرض دید مخاطبان قرار می‌گیرند؛ از طرفی مخاطبان وقت چندانی برای مطالعه همه روزنامه‌ها و مجلات صرف نمی‌کنند، لذا با توجه به وقت حداکثر چند دقیقه‌ای مخاطبان برای نگاه کردن به عناوین نشریات مختلف، یک طرح جذاب، باید بتواند با چشم‌نوازی و جذابیت لازم، نگاه مخاطبان را از بین نشریات مختلف به طرف خود جلب کند. در این بین طرح روی جلد به‌عنوان ویتترین تبلیغاتی نشریه، مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کند؛ به همین جهت برای طرح روی جلد باید قواعد و اصول گرافیکی که بر اساس تجربه و اثرگذاری بر روی مخاطبان به صورت اصول علمی درآمده، رعایت شود (در بخش‌های بعدی در خصوص طرح جلد نیز بحث می‌شود). برای صفحه‌آرایی محتوای نشریه باید در نظر داشته باشیم که هدف از انجام امور گرافیکی در صفحه‌آرایی نشریات، ایجاد زیبایی بصری، انتقال بهتر، کامل‌تر و اثرگذارتر پیام متن است و اگر صفحه‌آرایی چنان شلوغ شود که خواننده را به خواندن متن ترغیب نکند، در حقیقت نه تنها کار گرافیکی مفید واقع نشده، بلکه نتیجه معکوس داشته است. از این رو ایجاد زیبایی و خلق مفاهیم گرافیکی در صفحات روزنامه یا نشریه، باید در خدمت خوانایی، زیبایی، رسایی، صراحت، تفهیم بهتر و اثرگذارتر پیام متن باشد، چرا که هدف اصلی از طراحی گرافیکی انتقال مؤثر پیام متن است و همه عناصر بصری باید در خدمت متن باشند.

نکته بسیار مهم که باید در صفحه‌آرایی مد نظر قرار گیرد، تفاوت بین صفحه‌آرایی روزنامه‌ها و نشریات خبری با مجلات تخصصی، بروشور، کتاب، مجلات و فصلنامه‌های پژوهشی، به‌ویژه نشریات هنری و تبلیغاتی است که در آنها عکس اساس کار گرافیکی را تشکیل می‌دهد. جهت بهره‌گیری از زبان ارتباط تصویری برای انتقال پیام، باید متن، تصاویر و سایر عناصر بصری به‌اندازه معین، در جای مناسب و هماهنگ با ترکیب طرح قرار گیرند، ضمن آنکه باید

از محدوده صفحه که پس از کسر حاشیه در داخل کادر صفحه قرار می‌گیرد، استفاده مفید و مؤثر شود. فضای مفید در صفحه‌آرایی پس از گریدبندی و حاشیه‌گذاری صفحات زوج و فرد مشخص می‌شود. تمامی محتوای متنی نشریات در تمام صفحات باید در محدوده مفید صفحه قرار گیرد و از خطوط فرضی حاشیه‌ی صفحات خارج نشود. خطوط حاشیه فقط در صفحه نمایشگر رایانه دیده می‌شوند و در فایل چاپی دیده نمی‌شوند.

### گریدبندی صفحات، اولین گام شروع صفحه‌آرایی

برای شروع صفحه‌آرایی، صفحات نشریه اساس و زیربنای کار هستند و عناصر گرافیکی بر روی آنها چینش و ترکیب می‌شوند، برای شروع کار باید فضای مفید صفحه که می‌توان از آن برای چینش متن استفاده کرد مشخص شود، لذا ابتدا باید با ترسیم خطوط حاشیه، فاصله فضای مفید از لبه‌های کاغذ (سه جهت بالا، پایین و لبه بیرونی) را تعیین و مشخص کرد. این کار با استفاده از گریدبندی یا شبکه‌بندی اعمال شده و بر روی صفحات خطوط فرضی رسم می‌شود که فضای داخل صفحه را به واحدهای منظم و با قواعد حساب‌شده تقسیم‌بندی می‌کند. گریدبندی در نشریات بر اساس قطع، دوره انتشار، سیاست کاری، زمینه‌ی انتشار و سلايق و خواست مخاطبان ترسیم می‌شود.

با استفاده از گریدبندی تعداد ستون‌ها، حاشیه‌ها (بالا، پایین، عطف و لبه بیرونی) با خطوط فرضی مشخص می‌شود. این کار باعث می‌شود، جای قرار گرفتن و ترکیب عناصر گرافیکی در صفحه دقیق‌تر و مناسب‌تر انجام شده و ریتم هماهنگ در حاشیه‌ها، ستون‌بندی‌ها، فاصله ستون‌ها و سطرها، طول سطرها، جای قرارگیری و تنوع ستون‌ها، مکان سرصفحه در صفحات زوج و فرد و... بهتر، دقیق‌تر و منظم‌تر انجام شود.

در گذشته که نرم‌افزارهای حرفه‌ای برای صفحه‌آرایی وجود نداشت از کاغذ چاپ شده، لیوت استفاده می‌شد. این صفحات که در اندازه مختلف و متناسب با قطع نشریه انتخاب می‌شدند، دارای چند ستون با فاصله ستون معین، برای پایه‌ی کار بودند، هنگام صفحه‌آرایی، مدیر هنری یا گرافیک‌ست، متن تایپ شده را به صورت پرینت کاغذی از حروفچین دریافت می‌کرد و پس از برش حاشیه‌های اضافی متن، با کمک چسب در محل موردنظر کاغذ ستون‌بندی شده لیوت می‌چسباند. اگر آن متن نیاز به عکس، طرح و... داشت، عکس مرتبط با متن نیز در بخش عکاسی چاپ می‌شد و صفحه‌آرا پس از برش زواید عکس، آن را بر روی صفحه گریدبندی شده، می‌چسباند، اما امروزه این کار به واسطه وجود نرم‌افزارهای مختلف به راحتی بر روی رایانه قابل اجرا است و حتی در آخرین لحظات بسته‌شدن نشریه نیز



می‌توان به‌آسانی تغییرات و جابه‌جایی ضروری را اعمال کرد. گریدبندی زمینه را برای ایجاد نظم منطقی بین صفحات مختلف با جاگیری دقیق تر عناصر بصری فراهم می‌کند. گرید ساختار زیرین صفحه‌آرایی است و فضای درون صفحه را به واحدهای یکسان تقسیم می‌کند. اگر از گرید برای صفحه‌آرایی نشریه استفاده شود، حسی از وحدت و انسجام به صفحات نشریه می‌دهد و قواعدی را برای ایجاد تداوم و پیوستگی در تمام صفحات برقرار می‌کند.

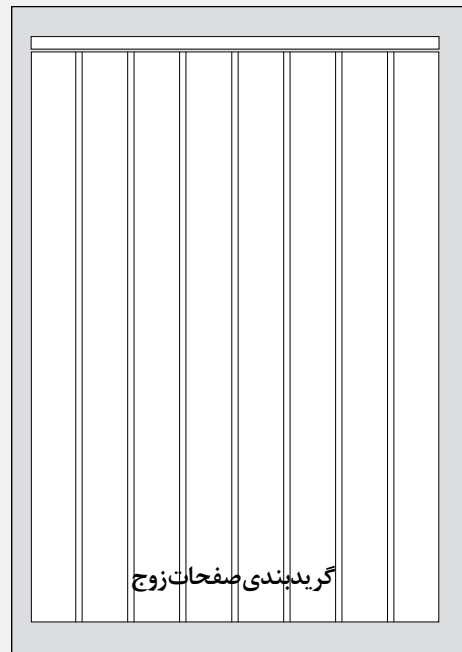
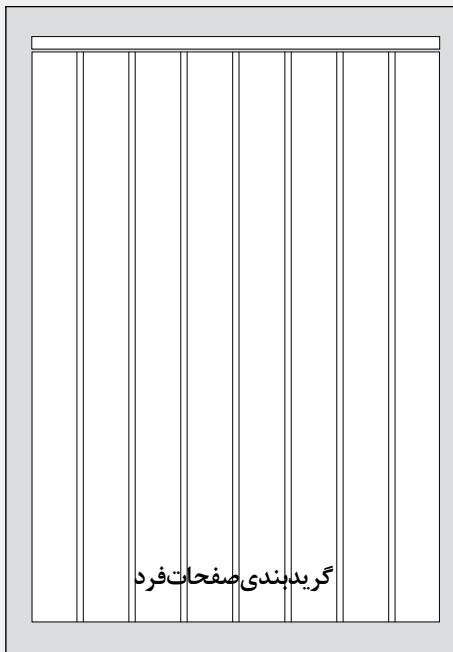
نخست کاری که صفحه‌آرا برای شروع صفحه‌آرایی، آن است که یک اسکلت و ساختار ثابت را برای تمام صفحات و حتی شماره‌های مختلف نشریه پی‌ریزی نماید؛ این اسکلت باید به گونه‌ای طراحی شود که تمامی اطلاعاتی را که صفحه‌آرا در هنگام انجام کار صفحه‌آرایی به آنها نیاز دارد و حتی شماره‌های مختلف نشریه در نظر داشته باشد، باید دقت داشت که برای دو صفحه مقابل هم، گرید مشابه در نظر گرفته شود؛ بنابراین گرید هیچ صفحه‌ای بدون در نظر گرفتن صفحه مقابل طراحی نشود.

با نگاهی دقیق به روزنامه‌ها و مجلات معتبر درمی‌یابیم که طول ستون‌ها و فاصله بین آنها، فاصله سطرها و جای پایین صفحه‌ها و در برخی موارد سرکلیشه‌های آنها در طول سالیان دراز یکسان است، علت آن است که نشریه باید یک قالب و ساختار کلی و از پیش تعیین شده داشته باشد. بنابراین نشریات، از جمله نشریات دانشگاهی قبل از شروع صفحه‌آرایی باید با گرید آشنا باشند و به‌عنوان پایه و اساس کار از آن استفاده کنند.

برای گریدبندی کردن، می‌توان با استفاده از خط‌کش‌های طولی و عرضی نرم‌افزار رایانه‌ای خطوطی ترسیم کرد. این خطوط بر اساس طرح از پیش تعیین شده، حاشیه صفحات و جای چینش ستون‌ها و عناصر بصری را مشخص می‌کند. به عنوان مثال: یک شکل دانشگاهی تصمیم می‌گیرد نشریه‌ی با قطع B4 منتشر کند، ابتدا باید حاشیه‌ی صفحات، چند ستونی بودن صفحات، اندازه و نوع قلم و... تعیین شود.

با توجه به قطه این نشریه گرافیکست با مشورت سردبیر اندازه حاشیه صفحات را از بالا ۳۰، از پایین ۲۵، لبه بیرونی ۲۰ و لبه داخلی ۱۵ میلی‌متر در نظر می‌گیرد و با ترسیم خطوط حاشیه صفحه را مشخص کرده و در ادامه با ترسیم خطوط جای چهار ستون را نیز در صفحه مشخ می‌کند.

شکل روبه رو گریدبندی یک روزنامه قطع متوسط (۳۵ در ۵۰ سانتی‌متر) را نشان می‌دهد که پس از کسر حاشیه، فضای مفید آن با هشت ستون ۳۵ میلی‌متری با فاصله ستون پنج میلی‌متر ستون‌بندی شده‌است.



### حاشیه صفحه

با پیدایش و توسعه نرم‌افزارهای رایانه‌ای، در زمینه کارهای گرافیکی و صفحه‌آرایی نیز نرم‌افزارهای بسیار توانمندی به وجود آمدند که تحول بزرگی در کار گرافیکی ایجاد کردند. تمام کارهای صفحه‌آرایی که در گذشته با استفاده از چسب و برش زدن پرینت متن‌ها و تصاویر و یا ترسیم بر روی کاغذ لیوت چسبانده می‌شد، اکنون به صورت الکترونیکی درآمده و به سادگی با اجرای فرمان‌های ساده رایانه‌ای قابل اجرا هستند و حتی در آخرین لحظات ارسال فایل برای چاپ، به سادگی امکان تغییر و ویرایش بر روی فایل نهایی وجود دارد.

با این وجود اصل گریدبندی صفحات، همچنان به‌عنوان پایه و اساس کار صفحه‌آرایی همچنان ثابت مانده است و برای انجام صفحه‌آرایی چه بر روی کاغذ لیوت که در گذشته مرسوم بود و چه بر روی رایانه ابتدا باید حاشیه و گریدبندی صفحات انجام شود.

در گریدبندی می‌توان حاشیه‌های صفحات را با خطوط فرضی که فقط روی صفحه مونیتور مشاهده می‌شود (در فایل نهایی چاپی وجود ندارد)، مشخص کرد. خطوط فرضی کادر حاشیه جای قرار گرفتن محتوا را مشخص می‌کند، هر صفحه دارای حاشیه پایین، بالا، عطف (داخلی) و بیرونی است، لبه بیرونی صفحات زوج سمت راست و لبه‌های بیرونی صفحات فرد سمت



چپ قرار دارند. لبه‌های بیرونی صفحات، پس از اتمام کار چاپ در هنگام صحافی حدود پنج میلی‌متر برش خورده و دور ریخته می‌شود، لذا حاشیه‌های بیرونی صفحات زوج و فرد، باید اندکی بیش‌تر از حاشیه‌های داخلی باشند، با این وجود برخی طراحان برای ایجاد فضای خالی بیش‌تر در صفحه با هدف زیبایی بصری، مقدار حاشیه‌ها را بیش‌تر از حد متعارف در نظر می‌گیرند، که به زیبایی صفحه نیز کمک می‌کند.

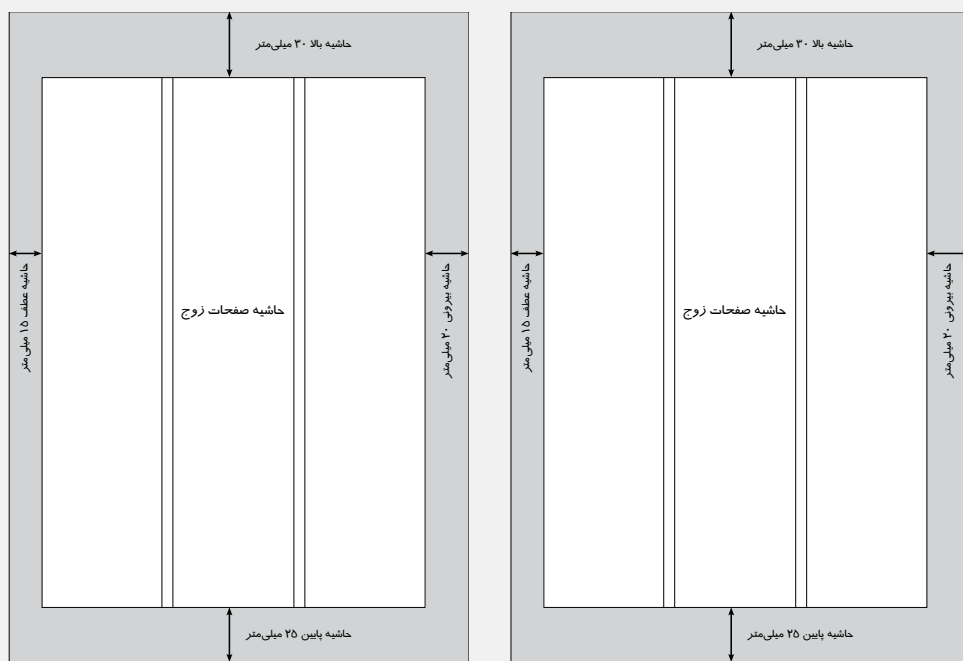
انتخاب اندازه حاشیه به هنر و ذوق طراح و شکل چینش عناصر صفحه، زمینه انتشار، حجم متن محتوا و در نظرگیری فضای سفید بستگی دارد. با این وجود یک اندازه پیشنهادی که حدود این مقدار در نشریات دانشگاهی رعایت شود، به شرح زیر پیشنهاد می‌گردد.

اندازه پیشنهادی حاشیه برای صفحات زوج؛ فاصله از لبه بالایی ۳۰ میلی‌متر، فاصله از لبه پایینی ۲۵ میلی‌متر، فاصله از سمت عطف (لبه داخلی) ۱۵ میلی‌متر و فاصله از سمت راست (لبه بیرونی) ۲۰ میلی‌متر (پنج میلی‌متر برای دور ریز برش پس از چاپ، هنگام صحافی نشریه در نظر گرفته می‌شود).

اندازه پیشنهادی حاشیه برای صفحات فرد؛ فاصله از لبه بالایی ۳۰ میلی‌متر، فاصله از لبه پایینی ۲۵ میلی‌متر، فاصله از سمت چپ (لبه بیرونی) ۲۰ میلی‌متر (پنج میلی‌متر برای دور ریز برش پس از چاپ هنگام صحافی نشریه در نظر گرفته می‌شود) و فاصله از سمت راست (لبه عطف) ۱۵ میلی‌متر.

در واقع اندازه مفید پیشنهادی برای صفحه‌آرایی، پس از کسر حاشیه در صفحات تعیین می‌شود. به‌عنوان مثال در نشریات دانشگاهی که بیش‌تر از قطع استاندارد  $297 \times 210$  میلی‌متر استفاده می‌کنند، اندازه مفید و قابل استفاده برای متن، حدود  $242 \times 175$  میلی‌متر است که در این اندازه صفحه، می‌توان متن را به سه ستون ۵۵ میلی‌متری با فاصله ستون پنج میلی‌متر یا دو ستون ۸۲ میلی‌متری با فاصله ستون ۹ میلی‌متر (برای نشریات علمی که دارای مقالات علمی، فرمول‌ها و واژه‌های لاتین هستند) استفاده کرد.

متن‌های ستون‌بندی شده در صفحات نباید از حاشیه (کادر) ترسیم شده خارج شوند، اما برای تصاویر پس‌زمینه (بگراند) این محدودیت وجود ندارد. خارج شدن تصاویر از کادر حاشیه باعث می‌شود که فضای بیش‌تری برای تصاویر مهیا شود و چون عکس‌های بزرگ‌تر اثرگذاری بیش‌تری دارند، جلوه عکس افزایش یافته و با خارج شدن عکس از لبه بیرونی صفحه، موضوع عکس ادامه‌دار و پویاتر به نظر می‌رسد و می‌تواند عامل جذابیت بیش‌تری باشد. در مثال صفحه مقابل حاشیه صفحات در نشریه‌ی قطع A4 نمایش داده شد.



پس از انجام گریدبندی و ترسیم خطوط فرضی حاشیه و کادر صفحه، می‌توان با استفاده از فرمان ورود متن نرم‌افزار، متن‌ها را به نقاط مختلف صفحات نشریه منتقل کرد و بر اساس خطوط راهنما یا خطوط گریدبندی ستون‌ها، مطالب را ستون‌بندی کرد. بهتر است برای هر متن، یک باکس متن جداگانه باز شود و چینش و تنظیمات صفحه‌آرایی آن متن به طور جداگانه انجام گیرد، این کار آزادی عمل طراح برای چینش مناسب و زیباتر را بیش‌تر می‌کند. از آنجایی که نوع و اندازه یا پوینت قلم در محتوای نشریه باید ثابت باشد، لذا هنگام شروع ستون‌بندی باید نوع و اندازه قلم تعیین شود. در دستورات پیش‌فرض نرم‌افزار، می‌توان نوع، اندازه، فاصله سطر، حالت چپ یا راست‌چین، رنگ، جلوتر قرار گرفتن سطر اول هر پاراگراف‌ها (به اندازه پنج میلی‌متر) و... را تعریف و تعیین کرد.

به این ترتیب نرم‌افزار به طور خودکار دستورات تعیین شده را برای همه‌ی متن‌هایی که به داخل صفحه آورده می‌شوند، اعمال می‌کند. نرم‌افزار برای اعمال تغییرات محدودیتی ندارد و در صورت تعریف کردن سبک و تنظیمات برای قلم یا قلم‌های مورد نظر، می‌توان فاصله سطرها، اندازه قلم، فاصله بین کلمات و... در هر مرحله از کار صفحه‌آرایی تغییر داد و این تغییرات برای تمامی متن‌هایی که بر اساس دستورات این قلم پیش‌فرض به داخل صفحه



منتقل شده‌اند، اعمال می‌شود. به‌عنوان مثال اگر قلم پیش فرض برای متن‌های وارد شده به صفحه در ابتدا نازنین ۱۱ با فاصله سطر ۱۳ پوینت تعریف شده باشد و در بررسی و تجدید نظر برای تغییر قلم، بنا باشد که قلم به لوتوس ۱۲ با فاصله سطر ۱۴ پوینت تغییر پیدا کند، کافی است که قلم پیش فرض در استایل نرم‌افزار، به قلم جدید تغییر یابد، این تغییرات در تمامی متن‌های قبلی که با این فرمان به داخل صفحه منتقل شدند، اعمال می‌شود و دیگر نیاز نیست که بر روی تک‌تک متن‌ها به صورت جداگانه تغییرات اجرا شود.

جهت چینش متن‌ها (چپ به راست یا راست به چپ) در صفحات به نوشتار رسم‌الخط زبان بستگی دارد. در زبان انگلیس به جهت اینکه در رسم‌الخط از چپ به راست نوشته می‌شود، در صفحه‌آرایی محتوای نشریات نیز از چپ به راست چینش می‌شود و این نحوه چینش هم در صفحات و هم در جهت کلی صفحات مجله از چپ به راست انجام می‌شود، رسم‌الخط نوشتار در زبان فارسی برعکس زبان انگلیسی است و از سمت راست به چپ نوشته می‌شود، لذا چینش متن ستون‌ها در نشریات فارسی زبان نیز باید از سمت راست به چپ صفحات باشد، ضمن آنکه ورق زدن نشریه نیز از سمت راست به چپ است، بر همین اساس صفحه اول در جهت راست مجله یا نشریه قرار می‌گیرد.

در متن‌های نشریه نیز برای زیبایی بیش‌تر صفحات، باید عرض یا پهناى سطرها در ستون‌ها پر شوند و به صورت جلو و عقب و نامنظم نباشند، ضمن آنکه سطر اول هر پاراگراف نیز باید پنج میلی‌متر از سطرهای دیگر هر پاراگراف جلوتر قرار گیرد.

### طرح پیش فرض اولیه (اتود زدن)

طرح پیش فرض اولیه (اتود زدن)، در واقع نوعی از طراحی سریع نمایشی است که در آن، جای قرار گرفتن عناصر بصری، نظیر تصویر و متن به صورت پیش‌فرض مشخص می‌شود و گرافیکست کلیاتی از طرح که در مراحل آغازین طراحی به ذهنش خطور می‌کند، برای تجسم بخشی اولیه بر روی صفحه پیش‌فرض می‌آورد، در هنگام صفحه‌آرایی ایده بهتری داشته باشد. در نشریات دانشگاهی قبل از اجرای طراحی یا صفحه‌آرایی، لازم است طرح پیش‌فرض اولیه تهیه شود و در آن به صورت کلی آرایش عناصر بصری بر روی صفحه در اندازه کوچک و مینیاتوری پیاده گردد، تا برای تحلیل و تجزیه دقیق‌تر و ایجاد روابط و توازن منطقی در صفحه اصلی کمک کند. همچنین به وسیله طرح پیش‌فرض، سردبیر می‌تواند نظرات خود را به مدیر هنری یا صفحه‌آرا منتقل کند.

بیش‌تر مواقع اتود اولیه به صورت دستی با استفاده از قلم بر روی کاغذ نمونک یا ماکت



اجرا می‌شود، اما طراحان ماهر بر اساس تجربیات حرفه‌ای خود با استفاده از نرم‌افزارهای رایانه‌ای گرافیکی این کار را بدون استفاده از ماکت انجام می‌دهند.

امروزه نرم‌افزارهای رایانه‌ای کار طراحی و صفحه‌آرایی، را بسیار آسان کرده‌اند، با این وجود نرم‌افزارهای صفحه‌آرایی فقط یک ابزار کارآمد برای اجرای کار هستند و نمی‌توانند بدون حضور گرافیسیت، طرح مورد نظر را اجرا کنند. در واقع نرم‌افزارهای رایانه‌ای با فرمان طراح باتجربه و کارآموده که به اصول طراحی گرافیکی مسلط باشد، اثر هنری خلق می‌کنند.

اندیشیدن و تفکر کردن طراح در خصوص طرح مورد نظر، پیش از شروع کار برای خلق مفهوم یا ایده، مهم‌ترین مرحله فرایند طراحی است، چرا که طراح باید ابتدا تصور درستی از هدف، پیام و مفهوم اثری که طراحی می‌کند، داشته باشد، سپس اتود اولیه را اجرا کند. این کار خود آغازی برای دستیابی به یک اثر گرافیکی موفق است، چون پس از کسب تجربه و تمرین مداوم، به تدریج می‌توان به یک سبک خاص دست یافت. همان‌گونه که در انتخاب نوع و شکل پوشیدن لباس هر کسی سبک و شیوه‌ی خاص خود را دارد و دکوراسیون خانه‌اش را به سلیقه خود چینی می‌کند، هر طراح نیز دارای یک سبک فردی و خاص خود است که این سبک خاص، تا حد زیادی تحت تأثیر مشاهدات مداوم طراح از محیط اطراف و ایده‌گیری از نمونه کارهای سایر طراحان است. تمامی تصاویر و طراحی‌ها و آثار هنری که گرافیسیت در جریان زندگی روزانه خود می‌بیند، در ذهن و ضمیر ناخودآگاه او ثبت می‌شود. سلول‌های مغز مانند اسنادی هستند که بر روی دیسک سخت کامپیوتر ذخیره می‌شوند. گاهی فراموش می‌شود که چنین اطلاعاتی بر روی سیستم رایانه وجود دارد، اما این اطلاعات در سیستم رایانه ذخیره شده‌اند. ذهن انسان نیز چنین عملکردی دارد و مانند دیسک سخت رایانه، یک ابزار ذخیره پر قدرت است که باعث می‌شود، شخص یک شخصیت یا بینش فکری خاص خود را پیدا کند، از این رو باید با تمرکز، این اطلاعات را بازخوانی و بازیابی کرد.

### ساخت نمونه‌ک (ماکت)

برای شروع صفحه‌آرایی بهتر است نمونه‌ک یا ماکت تهیه شود که در مقیاسی کوچک‌تر از قطع اصلی (قطع اصلی نشریه بر اساس استاندارد قطع کاغذ و چاپ، سیاست کاری، زمینه انتشار، سلیقه مخاطبان، شرایط مالی و... تعیین می‌شود) نشریه تهیه شده و جای قرار گرفتن و ترکیب عناصر صفحه به صورت پیش فرض بر روی آن تعیین می‌شود. این کار موجب تدبیر بهتر و تسلط بیشتر برای چینی و ترکیب مناسب عناصر بصری صفحه می‌شود. ساخت ماکت برای نشریه، مانند ترسیم نقشه معماری و ساختمان است، که معمار یا مهندس عمران ابتدا با



در نظرگیری شرایط نقشه پیشنهادی ساختمان را با ذکر اندازه‌های دقیق بر روی صفحه کاغذ یا با استفاده از نرم‌افزار مناسب روی رایانه ترسیم می‌کند، سپس با بررسی و رفع نواقص برای پیاده شدن واقعی، نقشه را به مجری می‌دهد.

در ساخت نمونهک برای نشریه می‌توان با تا زدن چند برگ کاغذ، دفترچه‌ی کوچکی مشابه صفحات اصلی نشریه درست کرد که هر صفحه کوچک معرف یک صفحه نشریه اصلی باشد، سپس جای عناصر و محتوای هر صفحه شامل: اجزای تیترو اندازه آن، انواع عکس و اندازه آن، طرح، جدول، متن با جای قرارگیری و تعداد ستون و... را به صورت ایده اولیه بر روی ماکت یا طرح پیش فرض مشخص کرد.

همچنین علاوه بر طرح پیش فرضی که گفته شد، می‌توان یک طرح پیش فرض دیگر درست کرد که بیش تر برای هیأت تحریریه کار برد دارد.

درست کردن یک چهارخانه شطرنجی که به تعداد صفحات نشریه چهارخانه داشته باشد، با شماره گذاری چهارخانه‌ها عناوین محتوا را در داخل آنها نوشته و جای قرارگیری هر عنوان را مشخص کرد. هر مربع کوچک معرف یک صفحه نشریه بوده و به صورت کلی نحوه چینش محتوای مطالب را نشان می‌دهد. تا با مشخص شدن جای هر مطلب، از سردرگمی در حین اجرای صفحه‌آرایی جلوگیری شود.

در واقع دو نوع ماکتی که گفته شد کار مدیر هنری را راحت می‌کند، ماکت شطرنج جای قرار گرفتن محتوا را به صورت کلی مشخص می‌کند و طرح ماکت پیش فرض دفترچه‌ای جزئیات چینش و ترکیب بندی صفحات را مشخص می‌کند؛ به عنوان مثال اگر صفحات پنج و شش نشریه به یک مقاله اقتصادی با موضوع هدفمندی یارانه‌ها اختصاص داشته باشد، دبیر سرویس یا سردبیر عنوان مقاله اقتصادی را در صفحات پنج و شش صفحه شطرنجی ثبت می‌کند، به این ترتیب مدیر هنری متوجه می‌شود فایل مقاله اقتصادی که به صورت الکترونیکی در اختیار او قرار گرفته، باید در صفحه پنج و شش نشریه صفحه‌آرایی شود.

در ماکت نوع دوم یا طرح نمونهک، سردبیر جزئیات و جای قرار گرفتن متن و ستون بندی، تیترو، عکس، طرح، نمودار و... را برای گرافیسست مشخص می‌کند، ضمن آنکه فایل الکترونیکی محتوای مختلف در پوشه‌های جداگانه، به همراه عکس‌ها و سایر عناصر بصری مرتبط، با ذکر مشخصات کامل، به شکل منظم ذخیره شده و تحویل گرافیسست می‌گردد؛ در این صورت حتی اگر قرار باشد کار گرافیکی را چند نفر انجام دهند، مشکلی به وجود نمی‌آید و صفحه‌آرا دچار سردرگمی نمی‌شود، چون وقتی در فایل ذخیره شده نوشته شود که این عکس مربوط به کدام عنوان و کدام صفحه است، به راحتی می‌توان از روی نشانی آن تصویر یا عنصر بصری

را از پوشه ذخیره شده در حافظه رایانه فراخوانی کرد. در طرح پیش فرض یا نمونک، ضرورت ندارد که به شکل دقیق ستون‌بندی و حاشیه‌ها با خط‌کش مشخص شود، همین اندازه که شکل چینش و جای قرار گرفتن هر مطلب مشخص شود، کافی است. به‌عنوان مثال می‌توان نوشت، در این صفحه متن به شکل سه ستون با فاصله پنج میلی‌متر در قسمت پایین و عکس شماره هفت که در پوشه مقاله اقتصادی قرار گرفته در اندازه ۱۰ در ۱۳ سانتی‌متر در کادر ترسیم شده بالای صفحه قرار گیرد. عنوان مطلب نیز با تیتیر ۲۰ در بالای عکس باشد. در واقع نمونک، مانند یک مدل عمل کرده و به صفحه‌آرا برای چینش منظم عناصر صفحات مختلف کمک می‌کند، البته توضیحات مربوط به هر صفحه باید به طور کامل نوشته شود. ساخت نمونک و صفحه‌شطرنجی اغلب توسط سردبیر انجام شده و برای اجرا تحویل گرافیسیت می‌شود.

برای اینکه گرافیسیت بتواند عناصر بصری مورد نیاز خود را جمع‌آوری کند، می‌تواند از قبل با گرفتن لیست عناوین محتوای آماده شده نشریه، برای یافتن عناصر بصری مورد نیاز جست‌وجو کند و از منابع مختلف از جمله اینترنت عناصر بصری را جمع‌آوری کرده و همه مواردی را که خود ش پیدا می‌کند، در پوشه‌ای ذخیره کند تا در هنگام اجرای صفحه‌آرایی به سادگی قابل انتقال به صفحه باشد.

هر چه دسته‌بندی و امکان فراخوانی عناصر بصری به صفحه راحت‌تر باشد، تمرکز ذهنی طراح برای تفکر بر روی ترکیب موزون و هماهنگ با متن بیش‌تر شده و از وقت نیز استفاده مفیدتری می‌شود. بسیار مشاهده شده‌است که طراحان از این کار ساده برای شروع طراحی استفاده نمی‌کنند و پس از شلوغ شدن پوشه‌ها و پراکنده شدن تصاویر و متن‌ها دچار سردرگمی می‌شوند، به‌خصوص مواقعی که با کمبود وقت و تعجیل سفارش‌دهنده برای تحویل کار نیز مواجه می‌شوند، دچار استرس کاری و فشار روحی شده و خلاقیت و تمرکز ذهنی آنها نیز بر اثر همین عامل به شدت کاهش یافته‌است.

پس قبل از شروع هر کاری بیاموزیم که ابتدا در خصوص انجام آن تفکر و تأمل کنیم، سپس با ترسیم نمونک، وسایل و ابزار مورد نیاز را فراهم کرده و با دسته‌بندی و نظم مناسب در دسترس قرار دهیم. پس از فراهم شدن مقدمات کار آنگاه برای اجرا اقدام کنیم. فراموش نکنیم که دنیای کنونی، عصر اطلاعات و ارتباطات است و عنصر آگاهی در رسیدن به موفقیت در همه‌ی امور شرط اول و لازم است. هر چه راجع به کار در حال انجام اطلاعات، بیش‌تر داشته باشیم، تسلط بر آن بیش‌تر شده، در نتیجه رسیدن به موفقیت با صرف زحمت کم‌تری، امکان‌پذیر خواهد شد.

### ارتباط اندازه‌های استاندارد کاغذ با قطع نشریات

هنگام انتخاب قطع نشریه، باید به استاندارد کاغذ و استانداردهای ماشین‌های چاپ نیز توجه شود، تا قطع و اندازه انتخاب شده برای مجله یا روزنامه با قطع استاندارد کاغذ و ماشین چاپ هماهنگ باشد (قطع استاندارد کاغذها در پایان این فصل آمده است). آشنایی با قطع‌های استاندارد کاغذ، امکان انتخاب قطع مناسب را (با توجه به سیاست کاری و سیستم چاپ) برای نشریه تسهیل می‌کند و مهم‌ترین فایده این انتخاب استفاده بهینه و حداکثری از کاغذ و کاهش دورریز یا هدر رفتن آن است، چون اگر قطع و صفحات نشریه با استانداردهای کاغذ و ماشین چاپ تناسب و هماهنگی نداشته باشد، به اجبار باید از کاغذ و ماشین چاپ با اندازه بزرگ‌تر استفاده کرد (بدیهی است که کاغذ و ماشین چاپ نمی‌تواند از قطع کار چاپی کوچک‌تر باشد)، در این صورت فضای خالی و پرت در اطراف صفحات چاپ شده کار باقی می‌ماند که هنگام صحافی باید با استفاده از گیوتین صحافی برش خورده و از بخش اصلی کار جدا شود، از این رو دورریز کاغذ زیاد شده و منجر به افزایش هزینه کاغذ مصرفی و چاپ نشریه می‌شود.

### تعیین قطع استاندارد در روزنامه‌ها و نشریات

اگر چه اندازه و قطع نشریات و مجلات را اغلب شورای سیاست‌گذاری، صاحب امتیاز براساس شرایط گفته‌شده، تعیین می‌کنند، با این وجود طراحان و مدیران هنری نشریات و روزنامه‌ها، به‌عنوان کسانی که با امور چاپی آشنا هستند، می‌توانند با ارائه مشاوره در این خصوص و بررسی اندازه ماشین‌های چاپ موجود در کشور، برای انتخاب قطع مناسب مشاوره خوبی ارائه دهند و اندازه‌ای را پیشنهاد کنند که با در نظرگیری علایق مخاطبان و شرایط مالی، کم‌ترین دورریز کاغذ و مناسب‌ترین اندازه دستگاه چاپ را در پی داشته باشد.

یکی از عوامل جذب مخاطب برای روزنامه‌ها و نشریات، قطع و اندازه آنها است که به طور معمول با آگاهی از سلايق و علایق مخاطبان و در نظرگیری عامل مهم مخاطب‌پسندی و فاکتورهای دیگر، انتخاب می‌شود. قطع نشریات، روزنامه‌ها، ماهنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و به طور کلی نشریات علاوه بر قطع استاندارد کاغذ، به عوامل دیگری نظیر وضعیت مالی، حرفه‌ای، اجتماعی، استاندارد سیستم چاپ، زمینه انتشار، حوزه فعالیت و سیاست کاری و... نیز بستگی دارد. بر این اساس نشریات مختلفی در کشور منتشر می‌شوند که قطع‌های متفاوت دارند.

به‌عنوان مثال بسیاری از روزنامه‌های کشور از جمله؛ همشهری، جام‌جم، ایران و... در قطع  $۳۵ \times ۵۰$  سانتی‌متر منتشر می‌شوند (البته در این روزنامه‌ها قطع هر صفحه به این اندازه است، از طرفی چون دو ورق یا چهار صفحه روزنامه به هم متصل هستند، لذا از کاغذ استاندارد

در اندازه ۷۰ × ۵۰ سانتی متر (قطع متوسط) که در چاپ به دورقی مشهور است، (برای چهار صفحه متصل به هم که از وسط تا می‌گردد). در این قطع از گریدبندی هشت ستونی با عرض ستون‌های ۳۵ میلی‌متر و فاصله ستون پنج میلی‌متر، استفاده می‌شود.

در بیش‌تر روزنامه‌های قطع ۵۰ × ۳۵ سانتی متر کشور برای ایجاد تنوع و زیبایی در صفحات از گریدبندی پنج، شش یا هفت ستونی با فاصله ستون‌های پنج میلی‌متر نیز برای ایجاد زیبایی بیش‌تر استفاده می‌شود. ضمن آنکه در بسیاری از موارد برای جلوگیری از تشابه شکلی صفحات، عرض سه ستون تبدیل به دو ستون با فاصله پنج میلی‌متر می‌شوند، یا اینکه چهار ستون تبدیل به سه ستون می‌شود تا صفحات دارای تنوع و زیبایی بیش‌تر شوند. در شکل، یک روزنامه با قطع متوسط (۵۰ × ۳۵ سانتی متر) مشاهده می‌شود.

**در هنر تان چه می‌گذرد؟**  
 در هنر تان، حرکت‌ها و حرکات را به گونه‌ای طراحی می‌کنند که در ذهن مخاطب، تصویری از آن‌ها ایجاد شود. این هنر، یکی از هنرهای نمایشی است که در آن، بازیگر با استفاده از حرکات و ژست‌ها، احساسات و افکار خود را بیان می‌کند. در این هنر، بازیگر با استفاده از حرکات و ژست‌ها، احساسات و افکار خود را بیان می‌کند.

**عطر مهربانی از قلمه‌های «آکاسید»**

این عطر، با استفاده از قلمه‌های «آکاسید» ساخته شده است. این عطر، با استفاده از قلمه‌های «آکاسید» ساخته شده است. این عطر، با استفاده از قلمه‌های «آکاسید» ساخته شده است.



این عطر، با استفاده از قلمه‌های «آکاسید» ساخته شده است. این عطر، با استفاده از قلمه‌های «آکاسید» ساخته شده است. این عطر، با استفاده از قلمه‌های «آکاسید» ساخته شده است.

**دفتر چه عشق را ورق بزیند**

این دفتر، با استفاده از ورق‌های «زیند» ساخته شده است. این دفتر، با استفاده از ورق‌های «زیند» ساخته شده است. این دفتر، با استفاده از ورق‌های «زیند» ساخته شده است.



این دفتر، با استفاده از ورق‌های «زیند» ساخته شده است. این دفتر، با استفاده از ورق‌های «زیند» ساخته شده است. این دفتر، با استفاده از ورق‌های «زیند» ساخته شده است.

دسته‌ای دیگر از روزنامه‌های کشور نظیر اطلاعات، کیهان و... که اغلب دارای سابقه طولانی انتشار هستند و حدود ۹۰ سال از تاریخ اولین شماره انتشار برخی از آنها می‌گذرد، به جهت سابقه انتشار دیرینه آنها، قطع سنتی (قطع بزرگ) خود را حفظ کرده‌اند، این روزنامه‌ها در قطع ۶۰ × ۴۵ سانتی متر به صورت ۱۰ ستون با عرض ۳۵ میلی‌متر با فاصله ستون‌های

پنج میلی متر منتشر می شوند، البته ناگفته نماند که در حال حاضر نرم افزارهای حرفه‌ای صفحه‌آرایی تا حد زیادی محدودیت تغییر در گریبندی و ستون‌ها را از بین برده‌اند و در روزنامه‌ها نیز به‌سادگی می‌توان با افزایش عرض ستون‌ها، تعداد ستون‌ها را کاهش داد و ۱۰ ستون را تبدیل به شش، هفت، هشت یا نه ستون تبدیل کرد و به زیبایی بیش‌تری دست یافت. یا اینکه در صفحات از ترکیب ستون‌بندی مختلف استفاده کرد تا از ایجاد ستون‌های بلند و یکنواخت در صفحه جلوگیری شود.

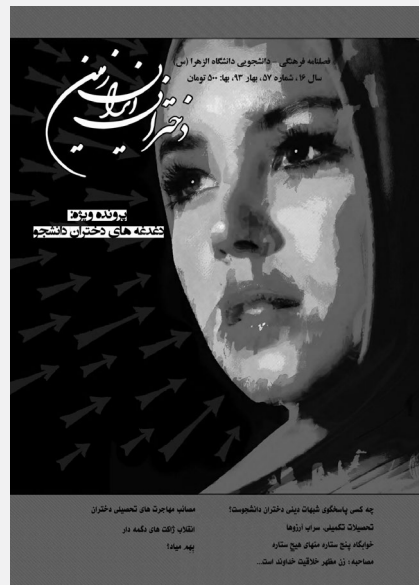
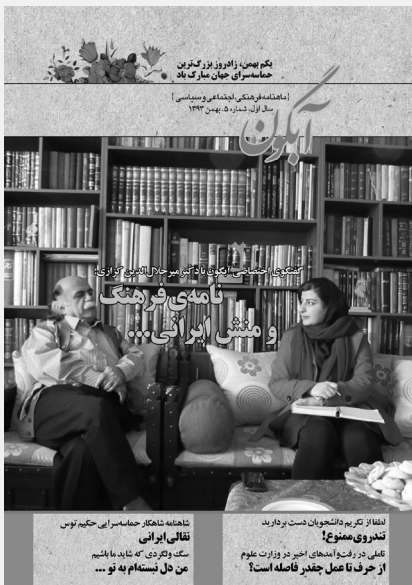
ستون‌هایی که به صورت مستطیل ستون‌بندی می‌شوند، در مقایسه با ستون‌هایی که به صورت مستطیل طولانی ستون‌بندی می‌شوند، زیبایی بیش‌تری دارند. از این رو می‌توان ستون‌های طولی را به ستون‌های عرضی تبدیل کرد و یا اینکه با افزایش عرض ستون‌ها، تعداد ستون‌ها را کم کرد، تا جذابیت و زیبایی بصری صفحات بیش‌تر شود.

در گرافیک مطبوعاتی برای صفحه‌آرایی، چه در روزنامه‌ها و چه مجلات ستون‌بندی بسیار

مهم است و نباید متن صفحه به ستون‌هایی با عرض زیاد، تک‌ستونی و همسان تبدیل شود. مجلات قطع کوچک نیز در قطع‌های مختلف منتشر می‌شوند که متداول‌ترین آنها، قطع رحلی  $210 \times 285$  میلی‌متر (حدود کاغذ A4)،  $250 \times 350$  میلی‌متر (کاغذ B4)، به عبارتی در سیستم چاپ نیم ورقی نامیده می‌شود که بعد از صحافی و برش به اندازه  $240 \times 340$  میلی‌متر تبدیل می‌شود، قطع خشتی ( $210 \times 210$  میلی‌متر)، قطع وزیری (پس از برش اندازه آن  $165 \times 235$  میلی‌متر و قبل از برش قطع استاندارد آن  $175 \times 250$  میلی‌متر است)، قطع رقعی ( $140 \times 215$  میلی‌متر پس از برش و صحافی) هستند که برای نشریات با زمینه‌های مختلف استفاده می‌شوند.

### قطع مناسب در نشریات دانشگاهی

متداول‌ترین قطع در نشریات دانشگاهی، قطع رحلی  $210 \times 285$  است که اندازه این قطع (حدود کاغذ A4) میلی‌متر می‌باشد، این قطع به جهت راحتی تکثیر و چاپ، همچنین راحتی کار در تامین محتوا به شکل صفحات و امور گرافیکی و صفحه‌آرایی راحت‌ترین قطع مناسب برای نشریات دانشگاه است. همچنین در صورت فراهم بودن امکانات چاپ در دانشگاه قطع  $250 \times 350$  میلی‌متر (کاغذ B4) نیز در نشریات دانشجویی مناسب است. در تصاویر زیر دو نمونه از نشریات دانشجویی در قطع رحلی، از دانشگاه الزهراء (س) و علامه طباطبایی آمده است.



### نقطه طلایی یا مرکز بصری صفحه

مرکز بصری صفحه بعد از ترسیم کادر حاشیه بیش تر مشخص می‌شود. محل تقاطع خطوط عمودی و افقی، مرکز هندسی صفحه مستطیلی را مشخص می‌کند، اما مرکز بصری صفحه به دلیل توجه نگاه یا قاعده یک سوم طلایی، بالاتر از مرکز هندسی صفحه قرار دارد. در واقع اگر یک صفحه را با دو خط افق به سه قسمت مساوی تقسیم کنیم. خط یک سوم بالایی مرکز طلایی صفحه محسوب می‌شود که اندکی بالاتر از مرکز هندسی صفحه است. اگر به یک صفحه مشاهده کنید، در نگاه نخست توجه چشم به یک محدوده خاص جلب می‌شود، به همین دلیل این محدوده را نقطه کانونی یا طلایی می‌نامند. همین نقطه است که توجه خواننده را به خواندن متن و باقی محتوای آن جلب کرده و یا دفع می‌کند. نقطه کانونی نباید بیش از حد متعارف چشمگیر و مؤکد باشد، زیرا در این صورت سایر عناصر موجود در ترکیب بندی صفحه تحت الشعاع آن قرار گرفته و نادیده انگاشته می‌شود و ممکن است عناصر و پیام‌های فرعی از سوی خوانند تعقیب و خواننده نشود. عنوان‌های فرعی به خواننده امکان می‌دهد تا توجه خواننده از عنوان‌های اصلی به متن منتقل شود. به علاوه جذابیت بیش تری به صفحه می‌دهد و به خواننده کمک می‌کند تا اطلاعات بیش تر را بهتر شناسایی کرده و مطالعه کند.





### شیوه‌های زیباسازی صفحات

انجام امور هنری و گرافیکی برای اجرای کار صفحه‌آرایی اگر چه دارای قواعد و اصول است، با این وجود تا حدی نیز سلیقه‌ای بوده و به ذوق و شم هنری اشخاص بستگی دارد، اما این ذوق زمانی رشد بیش‌تری پیدا می‌کند که با علم و شناخت اصول گرافیکی و مهم‌تر از آن تمرین و کسب تجربه همراه با مطالعه و نقد آثار دیگران برای گرفتن ایده همراه شود.

در واقع یک طراح خوب با بهره‌گیری از تجربیات و ایده‌پردازی ذهنی در ترکیب اجزای صفحه، مفاهیم بصری مبتکرانه‌ای برای انتقال اثر گذارتر پیام به خواننده ایجاد می‌کند. در این راستا هر چه انتقال پیام ساده‌تر، شفاف‌تر، رساتر و در نهایت اثر گذارتر باشد، طراح در برقراری ارتباط مؤثر با مخاطب، موفق‌تر خواهد بود. طراح می‌تواند به روش‌های مختلف و خلاقانه و به کارگیری اصول گرافیکی زیباسازی و ایجاد جاذبه بصری، شانس جذب مخاطب را برای نشریه افزایش دهد که مواردی از اصول زیباسازی در قسمت‌های قبلی گفته شد، در ادامه به نکات دیگری اشاره می‌شود که شامل موارد زیر هستند:

- صفحات نشریه ضمن رعایت ثبات در ستون‌بندی یک شکل و یکسان نباشند که خارج از حوصله خواننده است؛

- ایجاد تنوع در شماره‌های مختلف نشریه ضمن داشتن اشتراکات ضروری مانند یونیفورم لوگو تایپ در شماره‌های مختلف؛

- استفاده از تصاویر و شکل‌های متنوع و غیر تکراری به‌عنوان یک عنصر مهم زیباسازی؛

- استفاده از تصاویر و اشکال با کیفیت مناسب و واضح برای انتقال بهتر پیام؛

- نوآوری در طراحی شماره‌های جدید نشریه برای جلب توجه بیش‌تر و پرهیز از عادت به کار تکراری و کلیشه‌ای؛

- خلق و طراحی نمادهای گرافیکی یا ستون‌بندی ویژه که منحصر بوده و نشریه را از سایر نشریات متمایز کند؛

- ایده‌گیری از نشریات و مجلات حرفه‌ای موجود و ترکیب آنها برای ابداع شیوه‌های جدید و نوآورانه؛

- استفاده بهینه از تیترا به‌عنوان یک عنصر اصلی زیباسازی و برجسته‌سازی عناوین بر اساس ارزش و اولویت؛

- خلق فضای سفید (خالی) در جاهای مناسب صفحه با توجه در نظرگیری محدودیت صفحه؛

- استفاده از تنوع رنگی در صفحات مختلف در نشریات رنگی و استفاده از ترام با درصدهای مختلف در نشریات تک رنگ؛



- نظرخواهی از دیگران هنگام طراحی در خصوص زیبایی طرح صفحه و میزان موفقیت درانتقال پیام مورد نظر و...

### صفحه‌آرایی در نشریات و مجلات قطع کوچک

همان‌گونه که گفته شد اغلب نشریات دانشجویی در قطع کوچک منتشر می‌شوند، اگرچه صفحه‌آرایی در نشریات قطع دانشگاهی تا حدی با صفحه‌آرایی در روزنامه‌ها که اصل بر سرعت است تفاوت دارد و کار خلاقانه و هنری بیش‌تری را طلب می‌کند، با این وجود در برخی موارد اشتراکاتی با هم دارند.

محتوای نشریات و مجلات قطع کوچک نیز مانند روزنامه‌ها، باید ستون‌بندی شوند. به‌عنوان مثال بهتر است در نشریات قطع رحلی (قطع A4) از سه ستون با فاصله ستون پنج میلی‌متر برای آرایش متن صفحه استفاده شود (دقت شود اندازه طول سطر پس از کسر حاشیه چپ و راست تعیین می‌شود).

برای ایجاد تنوع و مشابه نشدن صفحات می‌توان از ترکیب سه ستون و دو ستون با فاصله ستون هشت تا ۱۰ میلی‌متر یا جایگزین کردن فضای خالی یا تصاویر و سایر عناصر بصری به جای متن استفاده کرد، البته باید دقت شود که این نوع ستون‌بندی بیش‌تر شامل نشریات علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، تحلیلی و خبری می‌شود و در بعضی از نشریات تخصصی مانند آشپزی، خیاطی، عکس، فیلم و... که حجم سایر عناصر گرافیکی صفحه از جمله تصاویر بر متن غالب است، در اکثر موارد اندازه قلم بزرگ‌تر از قلم به کار رفته در روزنامه‌ها و سایر نشریات است و از تصاویر بیش‌تر و بزرگ‌تری برای ایجاد جذابیت و انتقال بهتر پیام، متناسب با علاقه مخاطبان و شرایط موضوع استفاده می‌شود.

نباید فراموش کرد که صفحه‌آرایی در روزنامه‌ها به دلیل ماهیت خبررسانی روزانه آن تفاوت‌هایی با صفحه‌آرایی در نشریات دانشگاهی که در قطع کوچک به شکل مجله منتشر می‌شوند، دارد. در نشریات و مجلات قطع کوچک، که اغلب به صورت دوهفته‌نامه، ماهنامه و یا دوره زمانی بیش‌تر منتشر می‌شوند، به خلاقیت بیش‌تر برای انجام امور هنری با استفاده از عناصر بصری نیاز است.

مسلم است که صفحه‌آرایی و ایجاد زیبایی بصری در شماره‌های مختلف یک مجله برای مشابه و یکسان نشدن، دشوارتر از صفحه‌آرایی و امور هنری در روزنامه‌ها است و نیاز به ابتکار، خلاقیت و تصویرسازی هنری بیش‌تر دارد، لذا طراح در نشریات دانشگاهی باید با ترکیب مناسب عناصر بصری موجود، شکلی زیبا، جذاب و هماهنگ با محتوا در صفحات خلق کند

که علاوه بر ترغیب مخاطبان دانشگاهی به خواندن متن، در راستای تفهیم بهتر و تکامل برتر پیام متن باشد.

نکته قابل توجه دیگر در صفحه‌آرایی روش کار گرافیکست است. بهتر است که هر گرافیکست یک روش یا نماد خلاقانه‌ای از خود داشته باشد که با به‌کارگیری آن در ترکیب صفحات، مشخص شود که آن کار گرافیکی متعلق به او است. در صفحه‌آرایی نشریات نیز طراح می‌تواند با به‌کارگیری نمادهای خاص به‌گونه‌ای که صفحات مختلف یک نشریه و یا حتی شماره‌های مختلف نشریه مشابه هم نشوند، امور هنری نشریه را اجرا کند. در هر شماره از نشریه برخی از عناصر صفحه باید به‌عنوان یونیفورم صفحات ثابت بوده و در همه صفحات با اندازه ثابت و در جای ثابت تکرار شوند و تشابه آنها در تمامی صفحات ضرورت دارد، مانند سر صفحه که در آن لوگو تایپ، شماره صفحه، زمینه، شماره و تاریخ انتشار درج می‌گردد و تکرار آن در تمامی صفحات ضرورت دارد.

اما سایر عناصر بصری صفحات نباید شبیه هم باشند، البته در مواردی که متن طولانی با یک عنوان در چند صفحه ادامه پیدا می‌کند، باید طرح زمینه صفحات به‌گونه‌ای باشد که نشان دهد که ادامه یک متن پیوسته است. در سایر موارد طراح می‌تواند با استفاده از خلاقیت و شیوه ستون‌بندی خود، صفحات را چینش کند.

صفحه‌آرایی در مجلات و نشریات قطع کوچک از نظر ستون‌بندی نسبت به روزنامه‌ها تا اندازه‌ای از آزادی عمل بیش‌تری برخوردار است، ولی خلاقیت هنری و خلق مفاهیم گرافیکی و ذهنی بیش‌تری را طلب می‌کند.

### ایجاد صفحات با ستون‌های ثابت

صفحات یا ستون ثابت ضمن ایجاد جذابیت و زیبایی بصری برای نشریه، موجب تأمین راحت‌تر محتوا با توجه به ثابت بودن سوژه‌ها می‌شود، در نظر گرفتن ستون‌ها یا صفحات ثابت که با کلیشه یا نمادهای ثابت در سرصفحات مشخص درج می‌شوند، خوانندگان آن ستون را بر اساس اصل ثبات هدایت می‌کند تا متن مرتبط یا ادامه متن را در شماره‌های آتی در همان صفحه بخوانند. در واقع یک ستون و یا صفحه با یک الگو و قالب مطبوعاتی اولیه در شماره‌های اول نشریه درج می‌گردد و در شماره‌های بعدی یا ادامه آن می‌آید و یا با استفاده از آن سوژه به ابعاد مختلف آن پرداخته می‌شود. به‌عنوان مثال اگر یک نشریه‌ای صفحه شش خود را به صفحه ثابت گفت‌وگو به خوانندگان اختصاص دهد، در تمام شماره‌های آینده، همان مکان صفحه با استفاده از قالب‌های مطبوعاتی به گفت‌وگو با خوانندگان اختصاص داده



می‌شود. این کار تأمین محتوا و صفحه‌آرایی را راحت‌تر می‌کند. چون محتوا در یک قالب از پیش تعیین شده قرار می‌گیرد، مانند تولید کننده‌ای که از روی یک طرح یا مدل در ابتدا یک نمونه اولیه تولید می‌کند، سپس به راحتی از روی مدل یا نمونه اولیه که مورد تأیید قرار گرفته، می‌تواند به راحتی در مقدار انبوه تولید کند. در نشریات نیز ستون ثابت مزایایی را به همراه دارد، که هدایت مخاطبان ثابت به سمت ستون یا صفحه مورد علاقه، صفحه‌آرایی راحت‌تر، تهیه و تأمین محتوای آسان‌تر از آن جمله است، البته باید در نظر گرفت که نشریات دانشگاهی تاریخ انتشار منظمی ندارند و به ندرت تاریخ انتشار نشریه شماره بعد مشخص است، که با داشتن ستون ثابت و مطالب دنباله دار تناقض دارد که باید در نظر گرفته شود.

### نوع و اندازه قلم‌های مناسب متن و تیتراژ

اغلب رسانه‌ها برای قلم متن از فونت‌های نازنین، لوتوس، میترا، زر و... استفاده می‌کنند. که اندازه یا پوینت این قلم‌ها در روزنامه‌ها و نشریات تا حدی با هم تفاوت دارد. در روزنامه‌ها که با انبوه رویدادها، اخبار و محتوای روزانه و محدودیت فضا روبه‌رو هستند، از اندازه قلم ریز پوینت ۹ و ۱۰ استفاده می‌کنند و مخاطبان نیز به قلم ریز این روزنامه‌ها عادت کرده‌اند. استفاده از قلم‌ها در این اندازه با در نظرگیری شرایط مخاطبان برای بسیاری از مجلات و نشریات قطع کوچک نیز کارایی دارد، اما در نشریات دانشگاهی بهتر است از قلم‌هایی در اندازه‌ی ۱۱ و ۱۲ استفاده شود. استفاده از قلم بالاتر از ۱۲ پوینت موجب پرشدن فضا توسط متن و کاهش زیبایی صفحه می‌شود.

خوشبختانه با توجه به قابلیت نرم‌افزارهای رایانه‌ای، امکان تغییر فونت یا نوع قلم برای همه‌ی متن‌های نشریات در هر مقطع از کار صفحه‌آرایی به سادگی وجود دارد و با یک دستور رایانه‌ای ساده می‌توان نوع و اندازه قلم متن را حتی در آخرین لحظات تغییر داد. قلم متن باید برای غالب محتوای نشریه ثابت، یکسان و هم‌اندازه باشد، به جز در مواردی مانند؛ آگهی بازرگانی، طنز، شعر و... که نیاز ندارد از قاعده ثبات قلم در نشریه پیروی کند.

برای تیتراژها نیز از فونت یا قلم تیتراژ یا هر نوع قلم دیگری که قابلیت برجسته و درشت شدن مناسب را داشته باشند، می‌توان استفاده کرد. اندازه درشتی یا کوچکی تیتراژها نیز به ارزش و اهمیت هر متن بستگی دارد، چرا که درشت‌نمایی تیتراژ به معنی بزرگ جلوه دادن خبر است و جای قرار گرفتن و اندازه تیتراژ جمله مواردی است که میزان اهمیت یا سیاست نشریه را در برجسته‌نمایی رویدادهای خاص نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال اگر یک نشریه تیتراژ رویدادی را در صفحه اول یا طرح روی جلد به صورت بزرگ درج می‌کند، در واقع به طور

غیرمستقیم آن تیترا را مهم‌ترین رویداد محتوای نشریه در آن دروره زمانی انتشار نشان می‌دهد و در ذهن خواننده آن رویداد را برجسته می‌کند. اندازه تیترا نیز نباید از اندازه قلم متن کوچک‌تر باشد و یا اینکه اندازه تیترا در کم‌اهمیت‌ترین مطلب نباید کمتر از پوینت ۱۲ باشد.

### تناسب اندازه قلم و طول سطر (پهنای ستون)

اندازه قلم متن رابطه مستقیمی با پهنای ستون دارد. هرچه قلم درشت‌تر انتخاب شود، به اجبار باید طول سطر یا پهنای ستون‌ها نیز بیشتر شود، چون قلم‌های درشت باعث می‌شوند که کلمات کمتری در یک سطر جای گیرند و سایر کلمات به سطر بعدی منتقل شوند. این موضوع علاوه بر کاهش زیبایی بصری، باعث خستگی چشم خواننده به دلیل گردش مکرر می‌شود و از حوصله خوانندگان نیز خارج است. به‌همان اندازه‌ای که به‌کارگیری تک ستون با سطرهای بلند برای جذب نگاه خواننده و اثرگذاری پیام نامناسب است، ستون‌های با پهنای کم و فونت درشت نیز نامناسب هستند. باید رابطه بین پهنای ستون و اندازه قلم متناسب باشد. فاصله بین ستون‌ها نیز باید مناسب و در صفحات مختلف ثابت انتخاب شود که این فاصله به طور معمول پنج میلی‌متر است، البته سوتیتر باید با قلمی ضخیم‌تر و به صورت تک ستون تا حدی که اندازه پهنای ستون آن بیش از دو برابر ستون متن نشود در جای مناسب قرار گیرد تا بهتر دیده شود. در شکل زیر یک صفحه سه ستون با فاصله ستون پنج میلی‌متر با استفاده از ترام، تصویر و سوتیتر مشاهده می‌شود.

**مورچه‌ها می‌توانند مشکل ترافیک را حل کنند**

مورچه‌ها در زیرزمین‌ها سبیل‌های پرکار دارند که با همکاری یکدیگر مشکلات بزرگ را حل می‌کنند. با هم‌کاران خود می‌توانند راه‌های جدیدی برای عبور از ترافیک پیدا کنند و به این ترتیب به راه‌های جدیدی برای عبور از ترافیک می‌توانند دست یابند.

مورچه‌ها در زیرزمین‌ها سبیل‌های پرکار دارند که با همکاری یکدیگر مشکلات بزرگ را حل می‌کنند. با هم‌کاران خود می‌توانند راه‌های جدیدی برای عبور از ترافیک پیدا کنند و به این ترتیب به راه‌های جدیدی برای عبور از ترافیک می‌توانند دست یابند.

مورچه‌ها در زیرزمین‌ها سبیل‌های پرکار دارند که با همکاری یکدیگر مشکلات بزرگ را حل می‌کنند. با هم‌کاران خود می‌توانند راه‌های جدیدی برای عبور از ترافیک پیدا کنند و به این ترتیب به راه‌های جدیدی برای عبور از ترافیک می‌توانند دست یابند.

### ایجاد فضای خالی (سفید) در صفحه

در گرافیک کنونی، فضای خالی (سفید) به شکل هنرمندانه و چشم نواز در طرح، جهت برجسته کردن متن و جلب نظر مخاطب برای انتقال بهتر پیام بسیار حائز اهمیت است. در روزنامه از این اصل مهم گرافیکی کم‌تر استفاده می‌شود، اما در مجلات و نشریات حرفه‌ای از فضای خالی به‌عنوان یک اصل ایجاد زیبایی و گرافیکی استفاده می‌گردد. ایجاد فضای سفید با نگاه گرافیکی در صفحه، باعث می‌شود، تا بین محتوا و صفحه کاغذ، نوعی فضای ارتباطی ایجاد شود. این فضا تضاد متن و صفحه را بیش‌تر کرده و متن محتوا برجسته‌تر نمایان می‌شود و موجب جلب توجه بیش‌تر خواننده برای نگاه کردن به متن می‌گردد.

ایجاد فضای سفید به تقسیم‌بندی صفحه بدون خط کشی اضافی کمک می‌کند، زیرا در صفحه‌آرایی بسیاری از خط‌کشی‌ها و کادرها زاید هستند و موجب شلوغ شدن صفحه و به بیراه رفتن نگاه خواننده از متن به حاشیه می‌شود. خلق فضای خالی در صفحه موجب می‌شود که خواننده در آشفتگی صفحه گم نشود و به سادگی به سمت خواندن متن هدایت شده و چشم او نیز فرصتی برای استراحت پیدا کند.

از سوی دیگر فضای موجود در صفحات نشریات و مجلات محدود است و طراحان باید فضای خالی را طوری ایجاد کنند که هم به امور هنری فضای خالی صفحه کمک کند و هم از فضای محدود صفحه استفاده مناسب شود.

پر کردن تمام فضای سفید صفحات، آن‌هم در صفحات پیاپی با متن و حتی عناصر گرافیکی شلوغ و متراکم، به هیچ وجه توصیه نمی‌شود. اگر برای موضوعی هیچ عنصر گرافیکی به جز متن در اختیار نباشد، می‌توان از خلق فضای سفید، اشکال تیترو سوتیتر یا خلاقیت بر روی ترام و رنگ جهت ایجاد زیبایی بصری استفاده کرد.

بهتر است دو سوم فضای بیش‌تر صفحات نشریه به درج متن محتوا و یک سوم فضا با توجه به اقتضائات صفحه، به عناصر گرافیکی مرتبط با متن، طرح‌های هنرمندانه، تصاویر و فضای سفید (خالی) اختصاص پیدا کند، البته تعیین این حدود برای متن‌ها و محتوای صفحات مختلف نشریه متفاوت است و بیش‌تر برای محتوایی که دارای متن زیاد هستند، صادق است، چرا که در صورت زیاد بودن متن متعلق به یک عنوان خاص، نباید صفحات به طور کامل با متن پر شود و مجال برای کار گرافیکی یا فضای خالی نباشد.

اگر صفحاتی که پر از متن ستون‌بندی شده هستند، پشت‌سر هم تکرار شوند، شانس ترغیب مخاطب برای خواندن متن را کم می‌کنند، لذا بهتر است برای متن‌هایی که تصاویر مرتبط ندارند و نمی‌توان از عکس برای زیبایی صفحه استفاده کرد، از اشکال و فضای خالی

برای زیباسازی صفحه استفاده شود.

در شکل‌های زیر، استفاده از فضای خالی در بخش‌هایی از صفحه باعث شد که متن بهتر دیده شود و توجه مخاطب به سمت پیام متن معطوف گردد.



**استفاده از ترام برای ایجاد تنوع**

برای جلوگیری از یکنواختی و خسته‌کننده شدن صفحات نشریه، در صورت نداشتن یا مناسب نبودن سایر عناصر گرافیکی جذاب، می‌توان از ترام‌های خاکستری در نشریات تک رنگ و ترام‌های رنگی مناسب در نشریات با چاپ رنگی استفاده کرد. تنوع برای انتخاب ترام در نشریات دانشجویی رنگی، به دلیل امکان ترکیب رنگی مختلف دارای آزادی عمل بیشتری موارد برای ترام‌ها باید از رنگ‌های ملایم استفاده شود تا متن‌ها و عناصر تایپی برجسته‌تر دیده شوند. در صورت استفاده از رنگ‌های با کنتراست (تضاد) بالا، باید دقت داشت که اصل کار گرافیکی برجسته کردن پیام متن است و رنگ‌ها نباید متن را در حاشیه قرار دهند. در صورت استفاده از ترام در پس‌زمینه متن‌ها، باید دقت داشت که درصد ترام از ۱۰ تا ۱۵ درصد بیش‌تر نشود، چون ترام پررنگ باعث می‌شود که در هنگام چاپ و تکثیر، رنگ متن با ترام پس‌زمینه ادغام شود و خوانش راحت متن را با مشکل مواجه کند و یا موجب

ناخوانا شدن آن شود. در شکل الف تراجم زیاد باعث ناخوانا شدن متن و در شکل ب تراجم مناسب موجب زیبای پس زمینه شد و متن نیز به راحتی خواننده و مشاهده می شود.



**استفاده از تیترها و اجزای آن (روتیتر، زیر تیتر اصلی، میان تیتر و سوتیتر)**

تیتر و اجزای آن علاوه بر ایجاد جذابیت در رساندن معنایی پیام، نحوه آرایش و جای قرار گرفتن آنها نیز به زیبایی و جذابیت شکلی صفحه کمک می کنند. تیتر باید در جایی از صفحه قرار بگیرد که جلوه و برجستگی لازم را داشته باشد؛ بهتر است اطراف تیتر خالی باشد تا بیش تر به دید بیاید. تیترها بهتر است کوتاه باشند، چون تیتر کوتاه به ایجاد اصل تضاد در صفحه، راحت خوانده شدن و جلب توجه بیشتر، ایجاد فضای خالی یا مفید بیش تر در صفحه و امکان بزرگ تر و برجسته سازی بیشتر در صفحه کمک می کند.

نکات مهم در مورد چینش تیترها عبارتند از:

- تیتر باید کوتاه و گویا بوده و حداقل کلمه و حداکثر معنا و رسایی پیام را داشته باشد؛
- تیتر باید به آرایش و زیبایی صفحه کمک کند؛
- با استفاده از رو تیتر، زیر تیتر یا دو سطر کردن، تیتر اصلی طولانی، کوتاه شود؛
- در صورت افزوده شدن به سطرهای تیتر، سعی شود از سه سطر بیش تر نشود؛





معمول استفاده از رو تیتتر در بسیاری از موارد، امکان کوتاه کردن تیتتر را برآورده می‌کند و نیازی به استفاده از زیر تیتتر نیست. در غیر این صورت از زیر تیتتر نیز برای کامل‌تر کردن تیتتر اصلی به‌ویژه رویدادهای خاص، استفاده می‌شود.

میان تیتتر؛ برای تیتترهای میان متن یا میان تیترها می‌توان از همان قلم متن، با فونت اندکی درشت‌تر و ضخیم‌شده استفاده کرد میان تیترها برای تفکیک متن‌های طولانی و قرار دادن متن به صورت دسته‌بندی و تفکیک شده برای خوانش راحت استفاده می‌شوند، به این معنی که هر بخش از متن با توجه به موضوع بحث و تأکید آن، با استفاده از یک میان تیتتر که مضمون آن بخش را برساند، جدا شده و از میان تیتتر مرتبط برای جلب توجه خواننده و تشخیص مضمون آن بخش استفاده می‌شود، در حقیقت میان تیتتر برای تفکیک اطلاعات متن و ترغیب خواننده به خواندن بخش دلخواه، استفاده می‌شود.

در این صورت با توجه به محدودیت زمانی که خواننده برای مطالعه صرف می‌کند، به راحتی بخش‌های مورد علاقه‌ی خود را شناسایی کرده و با استفاده از آرایش مناسب میان تیترها به خواندن متن هدایت و ترغیب می‌شود. میان تیتتر نیز باید شرایط تیتتر اصلی را برای جذب خواننده داشته باشد و به زیبا صفحه کمک کند. میان تیتتر جذاب و مرتبط با متن، میزان جذب و ترغیب خواننده به خواندن و تداوم علاقه خواننده به خواندن را افزایش می‌دهد.

اسنادی با قابلیت به‌روزرسانی که در تاریخ ۲۰۲۰ میلادی در دسترس قرار گرفته است. این اسناد شامل گزارش‌ها، گزارش‌های عملکرد، گزارش‌های مالی و سایر اسناد است. این اسناد به‌طور منظم به‌روزرسانی می‌شوند و می‌توانند به‌عنوان منبعی برای تحقیق و پژوهش استفاده شوند.

**ضرورت تشکیل وزارت انرژی**  
تشکیل وزارت انرژی یکی از ضروریات کشور است. این وزارتخانه می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف انرژی، از جمله انرژی‌های تجدیدپذیر، انرژی‌های هسته‌ای و انرژی‌های فسیلی، فعالیت کند. این وزارتخانه می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف انرژی، از جمله انرژی‌های تجدیدپذیر، انرژی‌های هسته‌ای و انرژی‌های فسیلی، فعالیت کند.

**انتخابات قریب‌الزمان ۱۴۰۲ در استان تهران**  
انتخابات قریب‌الزمان ۱۴۰۲ در استان تهران برگزار خواهد شد. این انتخابات شامل انتخابات مجلس شورای اسلامی، انتخابات شورای اسلامی شهر و انتخابات شورای اسلامی شهرک خواهد بود. این انتخابات به‌طور منظم برگزار می‌شود و می‌تواند به‌عنوان منبعی برای تحقیق و پژوهش استفاده شود.

**توسعه زیرساخت‌ها و ارتقای کیفیت خدمات**  
توسعه زیرساخت‌ها و ارتقای کیفیت خدمات یکی از اولویت‌های اصلی دولت است. این وزارتخانه می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف زیرساخت‌ها، از جمله راه‌آهن، جاده‌ها، فرودگاه‌ها و سایر زیرساخت‌ها، فعالیت کند. این وزارتخانه می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف زیرساخت‌ها، از جمله راه‌آهن، جاده‌ها، فرودگاه‌ها و سایر زیرساخت‌ها، فعالیت کند.

**تعمیرات جدید پالایشگاهی برای تأمین دراز مدت تولید**  
تعمیرات جدید پالایشگاهی برای تأمین دراز مدت تولید یکی از اولویت‌های اصلی دولت است. این وزارتخانه می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف پالایشگاهی، از جمله تعمیرات، نگهداری و ارتقای کیفیت خدمات، فعالیت کند. این وزارتخانه می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف پالایشگاهی، از جمله تعمیرات، نگهداری و ارتقای کیفیت خدمات، فعالیت کند.

مزیت‌های تجهیز منابع در بانکها ۲۹ درصدی شد

پیدا و پنهان انحراف منابع قرض الحسنه بانکی



بر اساس گزارش‌های منتشر شده، میزان تجهیز منابع در بانکها ۲۹ درصدی شده است. این افزایش تجهیز منابع می‌تواند به‌عنوان یک نشانه مثبت در زمینه‌های مختلف اقتصادی، از جمله سرمایه‌گذاری، تولید و اشتغال‌زایی، در نظر گرفته شود. این افزایش تجهیز منابع می‌تواند به‌عنوان یک نشانه مثبت در زمینه‌های مختلف اقتصادی، از جمله سرمایه‌گذاری، تولید و اشتغال‌زایی، در نظر گرفته شود.

میان تیترها

میان تیترها یکی از ابزارهای مهم در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی است. این ابزار می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی، از جمله جذب خواننده، تشخیص مضمون و هدایت خواننده، استفاده شود. این ابزار می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی، از جمله جذب خواننده، تشخیص مضمون و هدایت خواننده، استفاده شود.

میان تیترها

میان تیترها یکی از ابزارهای مهم در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی است. این ابزار می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی، از جمله جذب خواننده، تشخیص مضمون و هدایت خواننده، استفاده شود. این ابزار می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی، از جمله جذب خواننده، تشخیص مضمون و هدایت خواننده، استفاده شود.

سوئیچتر

سوئیچتر یکی از ابزارهای مهم در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی است. این ابزار می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی، از جمله جذب خواننده، تشخیص مضمون و هدایت خواننده، استفاده شود. این ابزار می‌تواند به‌طور مؤثر در زمینه‌های مختلف نشریات دانشگاهی، از جمله جذب خواننده، تشخیص مضمون و هدایت خواننده، استفاده شود.

سو تیترا؛ اکثر خوانندگان رغبت کمی برای خواندن متن‌های طولانی از خود نشان می‌دهند. در واقع طولانی شدن متن‌ها با حوصله مخاطب رابطه معکوس دارد، اما با وجود به‌کارگیری ایجاز در متن توسط نویسنده، در برخی موارد به دلیل درج اطلاعات مفید، طولانی شدن متن اجتناب‌ناپذیر است. در چنین مواردی این هنر صفحه‌آرا است که صفحات را طوری آرایش کند که علاوه بر در دسترس قرار دادن پاراگراف‌های مهم متن، خواننده را به خواندن سایر بخش‌ها نیز ترغیب کند. یکی از روش‌های ایجاد جذابیت، استفاده از جملات مهم و حاوی اطلاعات مورد علاقه خواننده به صورت برجسته کردن است، لذا نیاز است که سوتیترا از برجستگی لازم برخوردار باشد و برجستگی کمتری از میان تیترا و بیش‌تر از متن داشته باشد. جهت برجسته کردن جملات مهم متن (سوتیترا) که جلوه مناسبی برای جلب توجه خواننده داشته باشد، می‌توان از روش درشت کردن، داخل کادر یا ترام قرار دادن، چینش در فضای خالی، چینش در وسط متن اصلی در حالی که متن اطراف آن شکسته شده باشد و... استفاده کرد. سوتیتراها از متن کپی شده و از محل اصلی خود در متن نیز پاک نمی‌شوند. سوتیترا هم در متن وجود دارد و هم به‌صورت برجسته شده در جای مناسبی از صفحه برای تأکید و ایجاد جذابیت قرار می‌گیرد. محل قرار گرفتن سوتیتراها را می‌توان براساس شرایط ترکیب صفحه در جای مختلف در نظر گرفت. اما پیشنهاد می‌شود که سوتیترا در مکانی نزدیک به جای خود در متن اصلی و مقداری بالاتر از آن آورده شود.

### استفاده از خط و کادر در صفحه

استفاده از خط و کادر برای عناصر بصری صفحه به‌ویژه تصاویر و طراحی آرم و برخی اشکال اهمیت ویژه‌ای داشته و تعریف و معنای گرافیکی خاصی دارد، با این وجود در صفحه‌آرایی مجلات و روزنامه‌های امروز دنیا، سعی می‌شود از کادر و خط کمتر و در حد ضرورت یا با توجیه هنری استفاده شود. اغلب طراحان سعی می‌کنند با چینش مناسب عناصر بصری، ستون‌ها، تیتراها، عکس‌ها، استفاده از ترام‌های پس زمینه ملایم، مرزبندی و تفکیک مورد نیاز را بین محتوای مختلف ایجاد کنند.

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. ضمن آنکه خطوط و کادر ضخیم و اضافی، تمرکز خواننده را از سمت متن به کادر جلب می‌کند که در گرافیک مطبوعاتی چندان مفید نیست.

### شرایط چینش صفحات مقابل هم

به جز صفحه اول و آخر نشریات که در نرم افزار رایانه‌ای به صورت جداگانه نشان داده می‌شوند، سایر صفحات در روزنامه‌ها و نشریات به صورت دو صفحه مقابل هم می‌آیند، به‌عنوان مثال صفحه دو و سه مقابل هم قرار دارند، صفحه دو به‌عنوان صفحه زوج در سمت راست و صفحه سه به صورت فرد در سمت چپ، همین‌طور صفحه چهار و پنج و ... که به تعداد صفحات نشریه بستگی دارد. اگر دو صفحه مقابل هم از یک عنوان یا متن باشند باید عناصر بصری و ترکیب طرح دو صفحه شبیه هم باشد و نشان دهد که هر دو صفحه به یک عنوان اختصاص دارند، اما اگر صفحات مقابل هم از دو یا چند عنوان محتوا استفاده شود، باید طوری آرایش یابد که با هم متفاوت باشند و شکل صفحه‌آرایی نشان دهد که عناوین متفاوت و جدا از هم هستند. در مواردی نیز که دو صفحه مربوط به یک عنوان در پشت صفحه قرار گیرند باید این قاعده رعایت شود؛ به‌عنوان مثال اگر نیمی از متن یک عنوان در صفحه سه و نیمی دیگر در صفحه چهار قرار گیرد، باید در صفحه سه و چهار از ترکیب رنگ و طرح گرافیکی مشترک استفاده شود به‌گونه‌ای که از نظر شکل گرافیکی برای خواننده مشخص کند صفحات به صورت مشترک مربوط به یک متن هستند، اما اگر دو صفحه کنار هم شامل دو متن متفاوت باشند، ضرورتی ندارد که شکل گرافیکی آن صفحات یکسان باشد و همان یکسان بودن عناصر ثابت کلی نشریه از جمله ثبات اندازه و نوع قلم متن، نوع قلم تیتیر، لوگو و اطلاعات سرصفحه، کادر حاشیه صفحات و قالب ستون‌بندی کافی است.

فاصله ستون‌ها از عطف دو صفحه، نباید چندان زیاد باشد که باعث از هم گسیختگی متن صفحه چپ و راست شود. بهتر است این دو صفحه به صورت مجموعه‌ای واحد جلوه کنند. با استفاده از تصاویر یا خطوط، اشکال افقی که از صفحه سمت راست به صفحه سمت چپ امتداد یابد نیز می‌تواند به اتصال و وحدت رویه دو صفحه کمک کند.

### اصل وحدت رویه در صفحات

صفحه‌آرایی یکنواخت و یک شکل در صفحات نشریه موجب خستگی خواننده برای ادامه مطالعه‌ی محتوا می‌شود، برای جلوگیری از این عیب، باید اجزای متغیر هر صفحه را در کنار اصول ثابت صفحات طراحی کرد؛ متغیرهای هر صفحه را می‌توان با تغییر در جای ستون‌ها، فضای خالی صفحات، اندازه و جای تیتیرها، شکل و اندازه تصاویر، تغییر رنگ‌ها و ... در صفحه اجرا کرد، اما عناصری که در صفحات یک شماره از نشریه ثابت هستند، عبارتند از:

- ثابت بودن جای لوگو و مشخصات صفحه مانند شماره صفحه، عنوان صفحه و ...؛

- یکسان بودن فواصل متن‌ها از لبه‌های صفحات یا ثابت بودن اندازه کادر صفحه؛
- یکسان بودن قالب ستون‌ها و پهنای سطرها؛
- ثابت و یکسان بودن نوع و اندازه قلم متن؛
- یکسان بودن قلم تیترها (حداکثر از دو یا سه نوع قلم یکسان استفاده شود)؛
- یکسان بودن قلم منابع، زیرنویس‌ها، میان تیترها، سوتیترها و...؛
- یکسان یا هم‌اندازه بودن فاصله تصاویر با متن اطراف؛
- جاگذاری مناسب و یکسان شرح تصاویر با قلم یکسان؛
- و قرار گرفتن سرصفحه در جای ثابت نزدیک به لبه‌های بیرونی صفحه و... در شکل زیر دو صفحه روبه‌روی هم که به مطلب اختصاص دارد، دیده می‌شود.



نقد فونکس  
**خوابگاه پنج ستاره منهای هیچ ستاره**  
**گشت و گذاری در خوابگاه های دختران دانشجو**

بودن سوسنه ی غذا تان سالن با پر کرده و هر دفعه که در اتاق یا باز می کند من هم از این بو بویادم می بویم چون که هر نفر جمع برآمد تکرار می بود دست که می بود هم خوابگاه دانشجو ای بیست و هفت گزرا و هفتاد هشتاد هم از همان سرسازمان را ملی می کنند و با خوابگاه شان هم میماند می بود که دانشجو ای که خوابگاه ای که خوابگاه هفتاد بود که خوابگاه های دختران دانشجو در کشور خوابگاه های که گاهی هم صدای کره تان در کل سالن می بخندند که در این جنس مدرن جازدن می هر از این همه خوابگاه ای در هر جنس می بود

رمان هم فکر از دشواری های گرفتاری  
بازگار که خوابگاه نیست  
از دوران دانشجویی یا زندگی خوابگاهی  
کری می بود در آنجا جمعیت بزرگی  
تخصصی هم از جنس می بود اگر دانشجو  
فردی راسته به خوابگاه دانشجو است شرایط  
خوابگاهی در خوابگاه ها است شرایط  
پیش از آن که در این آنکه باید که  
نشان خوابگاه خوابگاه از سر و صدا و  
تأثیرات اخلاقی یا نبود صحبت خود را  
سازگار بود آنکه باید مسئول خود را  
دانشجو اخلاقی باشد در رابطه رفتاری هم  
هم چنین است که اگر این حالت برای  
می بود می توانی در مشکلات خود  
مسئول خود بود و برای خوابگاه و کمد  
نشان از جنس مسئولیتش بر این خوابگاه  
تحمل باشد با مشکلات خوابگاه  
افت شدید مسئولیتش است و برای  
آوردن به جوج گزرا و به خوابگاه نیست  
تحصیل دورتر از خوابگاه مناسب بگیرد

**سرفصله**  
سرفصله؛ عناوین مشخصات نشریه است که با توجه به اصل زیبایی در بالا یا محل مناسب دیگری از صفحات نشریه درج می‌شود. در سرفصله بهتر است لوگو تایپ (نشانه نوشته) کوچک شده، شماره صفحه، سال انتشار، شماره انتشار، تاریخ انتشار آورده شود. آوردن زمینه انتشار و ارگان منتشرکننده در سرفصله، اگر چه ضرورت ندارد، ایرادی هم ندارد.

سرصفحه را می‌توان در بالا، پایین و لبه بیرونی صفحه به شکل زیبا و جذاب چینش کرد، در صورتی که سرصفحه در بالا یا پایین صفحه قرار می‌گیرد، باید در قسمت نیمه بیرونی صفحه از جهت طول باشد؛ به عبارتی دیگر، اگر صفحه را با یک خط عمودی از بالا به پایین به دو قسمت تقسیم کنیم، سرصفحه باید در قسمت نیمه بیرونی و در کادر حاشیه درج گردد (داخل کادر مفید که جای قرار گرفتن متن است قرار نگیرد). همچنین دقت شود که فاصله سرصفحه با لبه کاغذ خیلی کم نشود، چون هم باعث نازیباشدن صفحه شده و هم ممکن است پس از چاپ هنگام صحافی زیر برش قرار بگیرد و حذف شود. بهتر است فاصله سرصفحه با لبه‌های کاغذ کمتر از پنج میلی‌متر نشود.

در شکل زیر بخش هاشور خورده محل قرار گرفتن سرصفحه را نشان می‌دهد.

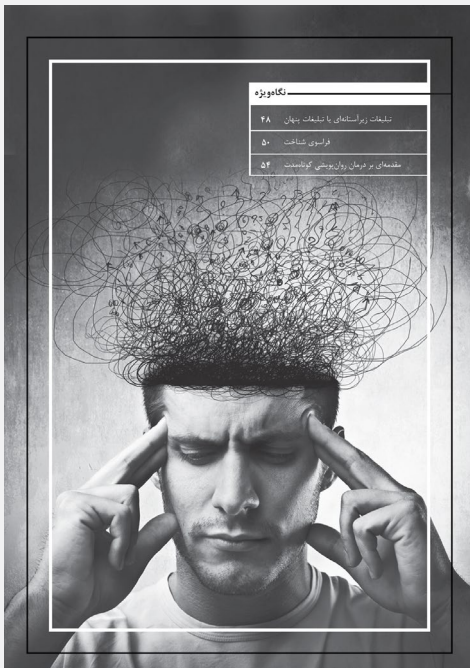


### نشانه‌های آغاز سرویس‌ها و بخش‌های (کلیشه سرویس)

بسیاری از نشریات برای جدا کردن سرویس‌ها و بخش‌ها از یکدیگر و نشان دادن شروع هر بخش از کلیشه فصل یا نشانه ویژه استفاده می‌کنند. نشانه بخش‌ها، لوگو طراحی شده است که در آغاز محتوای هر سرویس درج می‌شود، این نشانه‌ها در صورت شکل دار بودن بر اساس محتوای هر سرویس طراحی شده و همان ویژگی‌های کلی نشانه را دارند؛ به‌عنوان مثال

ممکن است یک نشریه برای سرویس حوادث خود از شکل ساده شده زبانه آتش استفاده کند و یا برای سرویس اقتصاد خود نمودار ساده شده دلار را بکار ببرد و یا برای سرویس کشاورزی از نماد ساده شده تراکتور یا گندم استفاده کند. اگر بخش‌ها و سرویس‌های مختلف نشریه‌ای نشانه خاصی داشته باشد، باید مجموعه این نشانه‌ها نیز با یکدیگر هماهنگی و تناسب داشته باشد؛ یعنی با ویژگی بصری یکسانی طراحی شوند و از نظر فضاهای مثبت و منفی و ضخامت خطوط و سطوح کار شده، وضعیت مشابهی داشته باشند؛ بهتر است از شکل‌هایی بدیع و نو که مشابه آن در نشریات دیگر استفاده نشده، استفاده شود و با ویژگی بصری کلی مجله نیز هماهنگ باشد.

برخی از نشریات که امکان طراحی نشانه نوشته (لوگوتایپ) برای فصل یا سرویس را ندارند، یک صفحه را برای شروع هر فصل اختصاص می‌دهند و در طراحی صفحه از فونت ساده برای نام سرویس استفاده می‌کنند و مهم‌ترین عناوین آن بخش را در زیر نشانه فصل، به شکل ساده می‌آورند که به نشانه شروع بخش آن را از سایر صفحات نشریه متمایز می‌کند. در شکل زیر نمونه‌ای از صفحه آغاز دو سرویس نشریه دانشجویی طنین دانشگاه علامه طباطبایی دیده می‌شود که به شکل ساده با طرح صفحه اجرا شده است.



از این نشانه‌ها در صفحه فهرست نیز می‌توان استفاده کرد به طوری که برای زیبایی نشانه هر بخش کنار عناوین آن در صفحه فهرست قرار گیرد.

از نشانه نوشته سرویس یا کلیشه فصل فقط در شروع محتوای هر بخش یا سرویس استفاده می‌شود و نیازی نیست که در تمام صفحاتی که محتوای مربوط به آن سرویس را دارند درج شود.

ضرورتی ندارد که نشریات برای هر سرویس نشانه نوشته یا کلیشه سرویس طراحی کنند. به‌ویژه نشریاتی که برای طراحی نشانه سرویس دچار مشکل باشند و در طراحی آن ابداع، خلاقیت و سایر شرایطی که برای طراحی نشانه لازم است، حضوری قوی نداشته باشند.

از این رو می‌توان از شیوه‌های طراحی لوگوتایپ ساده نیز استفاده کرد، در برخی مواقع با یک شکل هندسی ساده نظیر مربع و حروفچینی نام سرویس بر روی آن، می‌توان کلیشه بخش را نشان داد که به منزله شروع آن بخش باشد، یا مانند مثالی که در صفحه قبل آمده با اختصاص یک صفحه و آوردن مهم‌ترین تصویر آن بخش، با تایپ ساده نام بخش و سپس عناوین آن، شروع فصل را به شکل زیبا و ساده نشان داد.

نشانه فصل به تفکیک و دسته بندی محتوا و زیبایی صفحه کمک می‌کند، ضمن آنکه با ایجاد تنوع در صفحه، به خواننده فضای تنفس می‌دهد، از این رو استفاده از آن توصیه می‌شود. از این رو با اشکال ساده و نوشته نیز می‌توان نشانه فصل را ترسیم کرد.

در بعضی نشریه‌ها برای نشانه‌های ثابت بخش‌ها از آوردن نام بخش با حروفی مشخص و هم‌اندازه در تمام بخش‌ها استفاده می‌کنند که در این صورت ویژگی بصری حروف با ویژگی بصری نشریه و موضوع نشریه باید تناسب داشته باشد. برای این موارد می‌توان از ترکیب خطوط با ضخامت‌های مختلف، زمینه‌های رنگی یا خاکستری به صورت نوار و یا شکل‌های اصلی و ابتکارهای مشابه استفاده کرد.

در شکل زیر نمونه‌هایی از کلیشه بخش‌ها دیده می‌شود.



طرح روی جلد یا صفحه نخست

- طرح صفحه اول مجله‌ای (جلد): طرح صفحه اول در مجلات طرح روی جلد نامیده می‌شود



و شامل یک طرح یا یک عکس بزرگ از موضوع اصلی، برای جلب توجه اولیه مخاطب و چند تیترو و عکس کوچک‌تر برای معرفی پیام‌های فرعی و کم‌اهمیت‌تر محتوای نشریه است که به‌منظور جلب توجه بیشتر خوانندگان و ترغیب آنها به خواندن محتوا در ترکیب روی جلد قرار می‌گیرند. در روزنامه‌ها، صفحه نخست همان نقش طرح روی جلد در مجلات را دارد و عناوین یا تیتروهای مهم محتوای هر شماره از روزنامه بر اساس اهمیت رویداد در صفحه اول آورده می‌شوند و با ذکر شماره صفحه، ادامه متن به صفحات داخل روزنامه ارجاع داده می‌شود. در واقع صفحه اول در روزنامه‌ها و طرح روی جلد در مجلات نقش ویتترین را دارد. در تصاویر زیر دو نمونه نشریه دانشجویی مشاهده می‌شود، که شکل الف طرح روی جلد به شکل مجله و شکل ب صفحه نخست یک نشریه به سبک روزنامه‌ای را نشان می‌دهد.



ب

الف

پس از صفحه اول، که بیش‌ترین نقش را از نظر اهمیت و کیفیت ارائه محتوا در روزنامه‌ها و نشریات دارد، صفحه آخر، صفحات دوم و سوم در اولویت بعدی اهمیت قرار دارند. بر این اساس اطلاعات یا متن‌های مهم‌تر بر اساس اهمیتی که دارند در این صفحات قرار می‌گیرند. بهتر





است طرح و زیبایی بصری صفحه آخر به گونه‌ای باشد که مفهوم پایان را برای خواننده تداعی کند؛ این کار را می‌توان با روش‌هایی مانند ترسیم یک خط عمودی پهن در انتهای آخرین ستون صفحه یا یک نوار افقی در قسمت پایین یا بالای صفحه آخر، یا در روزنامه‌ها با آوردن شناسنامه، اوقات شرعی، پندها و جملات بزرگان و روش‌های ابتکاری دیگر به‌وجود آورد. در ادامه یک نوع دیگر از طرح صفحه اول روزنامه آورده شد که تا اندازه‌ای با طرح‌های گفته‌شده تفاداد دارد و می‌توان برای آن یک نام دیگر انتخاب کرد، اما همه این دسته‌بندی‌ها، جنبه آموزش دارد و طراحان با ایده‌گیری از این طرح نظیر آن را طراحی می‌کنند.

### انواع لوگوتایپ‌ها

به طور کلی نشانه‌ها در گرافیک به سه دسته تقسیم می‌شوند که عبارتند از:

- «نشانه‌نوشته» یا لوگوتایپ (Logo Type) ؛

- «نشانه شمایی» یا تصویری یا آی کوتایپ (Ico Type) ؛

- «نشانه تلفیقی» یا لوگومیکس (Logo mixed).

گرافیک مطبوعاتی، تنها با مورد اول، «نشانه نوشته» سر و کار دارد. برای دستیابی به یک نشانه نوشته و طراحی و اجرای آن، ابتدا باید نام نشریه انتخاب شده باشد. انتخاب نام مناسب و طراحی آن (لوگوتایپ یا نشانه‌نوشته) از موارد مهم کار در نشریات دانشگاهی و در مجموع حوزه مطبوعات محسوب می‌شود، طراحی نام نشریه به شکلی زیبا به منظور ساخت نماد و نشانه‌ای برای معرفی نشریه «نشانه‌نوشته یا لوگوتایپ» نام دارد.

«نام» نشریه وقتی بر روی جلد نشریه یا پیشانی یک روزنامه قرار می‌گیرد، دیگر فقط یک «نام» نیست، بلکه به «نشانه نوشته» آن نشریه تبدیل می‌شود، البته انتخاب نام مناسب برای نشریه در مراحل پیش از صفحه‌آرایی و هنگام سیاستگذاری و آغاز کار انتشار نشریه، با دقت و حساسیت و در نظرگیری اصول لازم انجام می‌شود.

برای انتخاب نام باید نکاتی را مد نظر داشت که بحث آن در این فصل نمی‌گنجد، پس از انتخاب نام، باید چند نکته گرافیکی را مد نظر داشت. نشانه‌نوشته علاوه بر اینکه معرف ماهیت و کلیات کار نشریه است، تا حدودی چارچوب و مواضع نشریه را برای مخاطب معرفی می‌کند، لذا انتخاب نام مناسب و مخاطب‌پسند و طراحی آن با شکل بصری زیبا و هنری، تأثیر بسزایی در جلب توجه مخاطبان به‌طرف نشریه و افزایش انگیزه آنها برای خواندن محتوای آن دارد، چرا که اشکال و تصاویر همیشه وسیله مناسبی برای برقراری ارتباط رسانه‌ها با مخاطبان

هستند. حال اگر متضمن مفهومی، در ورای مفهوم آشکار و مستقیم خود باشند و غیر از معنی ظاهری پیام غیرمستقیم را در ترکیب خود جای دهند، حالت «شانه» و «تماد» پیدا می‌کنند. نماد ممکن است با استفاده از خوشنویسی یا منطق تایپ و حروفچینی و یا دست‌نوشته حاصل شود.

در طراحی نشانه‌نوشته برای نشریات سنتی، فرهنگی و ادبی بهتر است، نگاه طراح به خطوط سنتی مانند: نسخ، ثلث، نستعلیق، شکسته‌نستعلیق و... باشد؛ چنانچه زمینه انتشار و موضوع یک مجله علم و فن‌آوری جدید یا فنی باشد، یا اینکه حال و هوای نشریه با این نوع خطوط سنتی سازگاری نباشد. مانند شریاتی با موضوع «سینما» یا «ویدیو» یا «رایانه» که فن‌آوری دنیای جدید هستند، چندان مناسب نیست که نشانه‌نوشته‌ای با استفاده از خطوط سنتی طراحی شود. خطوط سنتی هر یک ویژگی و تأثیرات بصری خود را دارند.

نشانه‌نوشته نشریه‌ای با موضوع‌های مذهبی، به خط نسخ، ثلث یا کوفی نزدیک‌تر است و حال و هوای مجله به سهولت به مخاطب منتقل می‌شود؛ اما نشانه‌نوشته همین نشریه اگر با خط نستعلیق طراحی شود، ضمن سنتی بودن سابقه ذهنی تاریخی و ادبی دارد و برای یک نشریه ادبی خوب است؛ در اینگونه نشریات بهتر است از خط نستعلیق استفاده شود که بیش‌تر مفهوم ادبیات و فرهنگ ایرانی را به مخاطب منتقل می‌کند.

در طراحی نشانه‌نوشته‌های معاصر تناسب فرم‌ها و فضاهای مثبت و منفی بسیار اهمیت دارد و باید به شکلی مستدل و ماهرانه ارائه شود. در طراحی نشانه نوشته هر جزء باید به گونه‌ای با اجزای دیگر آن مرتبط و کامل کننده بوده، همچنین با کل مجموعه هماهنگ باشد، طوری که هر تغییری در آن، مجموعه طرح نشانه‌نوشته را تحت‌الشعاع قرار دهد.

ضخامت‌ها و نازکی‌ها، گردش‌ها و زاویه‌های تیز و نوک‌دار، باید بر اساس نظامی منطقی، درست و سنجیده طراحی شوند. ضوابط حاکم بر خطوط سنتی ایرانی - اسلامی راهنمای خوبی برای دستیابی به وحدت، هماهنگی و یکپارچگی لازم در کل طرح نشانه‌نوشته است.

نشانه‌نوشته باید با مخاطب مجله ارتباطی تفاهمی برقرار کند، البته برقراری ارتباط مفهومی بین اثر هنری و مخاطب آن، در تمام هنرها به ویژه هنرهای تجسمی ضروری است، از این رو در نشانه‌نوشته نیز اهمیت زیادی دارد. نشانه‌نوشته‌ای موفق است که در نگاه و ذهن مخاطبان مجله تأثیر مطبوع و چشم‌نوازی داشته باشد.

برای تعیین محل استقرار سرلوحه، به سنگینی آن، توازن کلی صفحه و ترکیب بصری آن باید توجه شود در صورت نیاز از خطوط با ظرافت مناسب برای ایجاد تعادل و توازن در صفحه می‌توان استفاده کرد.



لوگو از زیرشاخه‌های «تایپوگرافی» است و اگر طراحی محدود به یک حرف باشد، «مونوگرام» نامیده می‌شود.

### ویژگی‌های بصری نشانه‌نویسته (لوگو تایپ)

#### ایجاد جاذبه

ترکیب حروف و خلاقیت هنری با استفاده از طرح‌های ابتکاری در ترسیم لوگو سبب جلب توجه بیش‌تر به لوگو تایپ و ایجاد جذابیت برای نشریه در نظر مخاطب می‌شود، زیبایی بصری طرح لوگو تایپ نقش مؤثری در جذب مخاطب و ایجاد انگیزه برای تبدیل مخاطب به خواننده دارد، لذا لوگو تایپ نشریه باید از زیبایی لازم برخوردار باشد، تا مورد پسند عامه مخاطبان قرار گیرد.

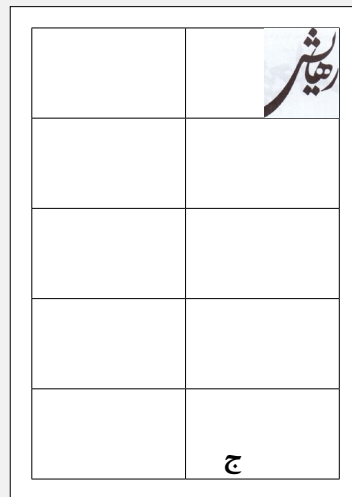
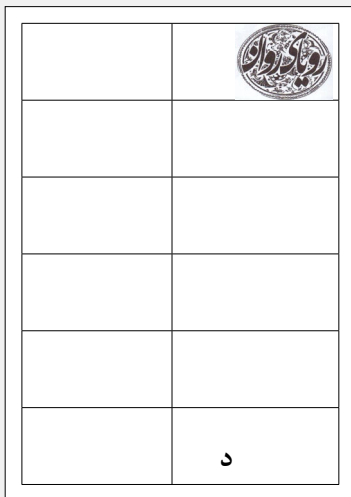
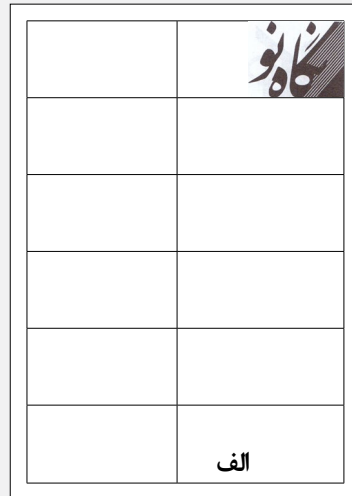
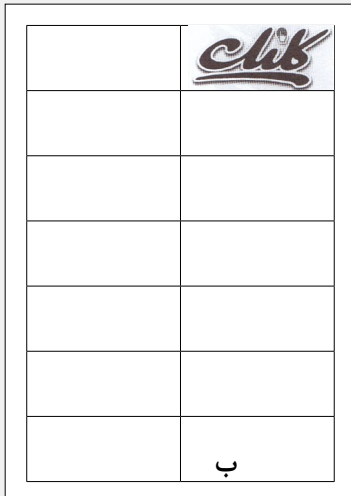
#### اندازه لوگو تایپ (نشانه‌نویسته)

لوگو تایپ‌هایی که جهت عرضی آنها از ارتفاع بیش‌تر است و یا اینکه شکل مستطیلی در جهت عرض را دارند، زیباتر از لوگو تایپ‌هایی که به شکل مستطیل در جهت ارتفاع هستند. همچنین شکل مستطیلی لوگو نسبت به اشکال دایره‌ای، مربعی و... در ترکیب صفحه زیباتر به نظر می‌رسند. ضمن آنکه طراحی و هماهنگ کردن آنها با یونیفورم صفحه نیز راحت‌تر است. بهتر است لوگو تایپ نشریه درشت‌تر از سایر نوشته‌های صفحه جلد درج شود. اندازه مناسب لوگو تایپ در روی جلد را نیز می‌توان با استفاده از ترسیم خطوط گرید مشخص کرد. اگر صفحه روی جلد با ترسیم یک خط عمودی و در ادامه با چهار تا شش خط افقی، به ده تا چهارده مستطیل مساوی تقسیم شود، حدود اندازه لوگو تایپ باید اندازه یکی از مستطیل‌های به‌دست آمده باشد (پس از کسر حاشیه صفحه که حداقل یک سانتی‌متر از طرفین است)؛ در واقع اندازه لوگو باید یک‌دهم تا یک چهاردهم صفحه باشد. در لوگو تایپ‌های عمودی از اندازه نزدیک به یک‌دهم و لوگو تایپ‌های افقی از اندازه نزدیک به یک چهاردهم استفاده می‌شود. رعایت این اندازه بیش‌تر برای رعایت حدود ارتفاع لوگو تایپ است، چرا که از نظر عرض لوگو تایپ، ممکن است اغلب لوگوها کوچک‌تر باشند و یا اینکه با زیر زمینه رنگی مستطیلی تمام بالای صفحه را پر کنند.

انتخاب این اندازه‌ها نیز به ویژگی و شکل طراحی شده لوگو تایپ بستگی دارد که چگونه و با چه ارتفاع و عرضی طراحی شوند. اگر ارتفاع لوگو زیاد باشد، بهتر است از اندازه یک‌دهم صفحه استفاده شود و اگر ارتفاع لوگو به نسبت عرض کمتر شود، از اندازه یک چهاردهم

استفاده گردد. ضمن آنکه دقت شود این گریدبندی فقط برای مشخص کردن حدود اندازه لوگوتایپ است و کسانی که به توانایی لازم در طراحی رسیده‌اند، دیگر لزومی به رعایت این اندازه ندارند و می‌توانند با دید بصری خود اندازه مناسب را تشخیص دهند. ضمن آنکه لوگوتایپ باید حداقل ۱۰ میلی‌متر از لبه‌های صفحه فاصله داشته باشد.

در شکل‌های زیر «الف و د» لوگوتایپ مربعی و بیضی را نشان می‌دهد که از اندازه یک دوازدهم استفاده شد. در لوگوتایپ مستطیل افقی شکل «ب» از اندازه یک چهاردهم و لوگوتایپ مستطیل طولی شکل «ج» نیز از اندازه یک دهم استفاده شد.



### استفاده از اصل تضاد یا کنتراست

هر عامل تحریک کننده‌ای که با امور اطراف خود اختلاف داشته باشد، بیش تر جلب توجه می‌کند. به همین دلیل در طراحی لوگو نیز بهتر است از اصل تضاد استفاده شود و موارد زیر در رسم الخط لوگو به کار گرفته شود.

- رنگ استفاده شده در لوگو با استفاده از رنگ‌های مکمل، نسبت به سایر اجزای اطراف لوگو، متفاوت باشد؛

- شکل و نوع حروف انتخاب شده لوگو، با فضا و اجزای اطراف متفاوت باشد و در طراحی حروف از اشکال هنری و ابتکاری ساده استفاده شود، بهتر است حروف لوگوتایپ فونت حرفچینی یا تایپی نباشد؛

- در صورت تک‌رنگ بودن نشریه، سعی شود لوگو با رنگ مشکی در زمینه سفید و یا رنگ سفید در زمینه مشکی طراحی شود؛

- لوگوی نشریه نسبت به سایر اجزای روی جلد درشت‌تر باشد؛

- با توجه به اینکه زبان فارسی از سمت راست به چپ خواندن می‌شود، بهتر است لوگوتایپ در سمت راست بالای صفحه اول قرار گیرد.

- اگر نام نشریه بیش از یک کلمه است، اندازه کلمات یکسان باشد.

### استفاده از طرح‌های ابتکاری و جدید

برای اینکه لوگو در نظر مخاطبان جذاب‌تر جلوه کند و ضمن هماهنگ بودن با طرح نشریه موجب جذاب شدن جلد شود، بهتر است از ابتکار هنری و گرافیکی نو که ساده هم باشد، استفاده شود. در صورتی که برای نشریه امکان طراحی گرافیکی و هنری وجود نداشته باشد، می‌توان از فونت نستعلیق یا شکسته نستعلیق استفاده کرد که ضمن داشتن زیبایی، شکل فونت آن با سایر فونت‌های به کار رفته در عناوین روی جلد تفاوت داشته باشد.

### استفاده از اصل عادت و ثبات

چنانچه مخاطبان به مکان قرار گرفتن شکل، متن و... عادت کنند، به طور طبیعی توجه آنها در شماره‌های مختلف به آن مکان جلب می‌شود و انتظار دارند آن شکل را در همه‌ی شماره‌ها با شکل و اندازه واحد در همان مکان ببینند، این اصل در طراحی لوگو نیز دارای اهمیت و جذابیت است، لذا با توجه به اینکه مخاطبان به طور معمول به ستون و شکل ثابت در نشریه عادت می‌کنند، باید شکل، اندازه و مکان قرارگیری لوگو در شماره‌های مختلف

نشریه ثابت باشد. بسیاری از شرکت‌ها نیز از اصل ثبات در آرم خود استفاده می‌کنند و با تبلیغ آرم خود برندسازی می‌کنند و عوض کردن طرح آرم خسارت زیادی برای نگهداشتن مشتریان ثابت به آنها وارد می‌کند، عوض کردن لوگوتایپ نیز تا حدی موجب سردرگمی خوانندگان ثابت نشریه می‌شود و اگر تغییرات لوگو تکرار شود، به تدریج خوانندگان سر درگم شده و نشریه خوانندگان پیگیر خود را از دست خواهد داد.

### خوانا بودن و سرعت در خوانش لوگوتایپ

اگر چه در طراحی لوگوتایپ زیبایی یک اصل محسوب می‌شود، اما با این وجود نباید خوانا بودن لوگو، فدای زیبایی شود، طرح هنری لوگو باید به گونه‌ای باشد که نام نشریه به‌سادگی و با سرعت در نگاه اول قابل خواندن باشد، برخی از گرافیک‌سازها لوگو نشریه را به مثابه آرم تلقی می‌کنند و خوانا بودن آن را چندان جدی نمی‌گیرند، که این موضوع برای لوگوتایپ درست نیست، خوانا بودن لوگو مهم‌ترین اصل در طراحی آن محسوب می‌شود.

### تناسب با محتوا

بهتر است طرح لوگو، با سیاست کلی و زمینه انتشار نشریه تناسب و ارتباط داشته باشد، اما به دلیل دشواری این کار چندان الزامی نیست. به‌عنوان مثال نشریه‌ای که در زمینه تخصصی رشته عمران منتشر می‌شود، می‌تواند در طرح هنری لوگو با استفاده از ابتکار خلاقانه و رعایت اصل راحت خوانده شدن آن، از نمادهای سازه‌ای یا مشخصه‌های رشته عمران استفاده کند. یا برای رشته حقوق با نام «عدالت» می‌توان با توجه به نماد ترازو به معنای اعمال حقوق قانونی، از این شکل در طراحی لوگو استفاده کرد. البته ترازوی قانون به دلیل استفاده زیاد کلیشه‌ای شده‌است، 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 لوگوی سایر نشریات حقوقی طراحی کرد.

### هماهنگی در حروف

وجود وحدت، یکپارچگی و هماهنگی بین اجزای تشکیل‌دهنده لوگوتایپ نیز بسیار مهم است. از نظر اندام‌شناسی باید اجزای حروف کلمات از تناسب منطقی برخوردار باشند و تا حد ممکن از تنوع عناصر تشکیل‌دهنده در لوگو پرهیز کرد و در حدی که به ایده کلی صدمه نزنند، از عناصر کمتری استفاده شود.

### طرح ابتکاری و نوآورانه

برخی از طراحان برای خود دارای یک سبک و شیوه خلاقانه و ابداعی هستند که به جهت روش خاص و متمایز با سایر طراحان، گرافیکست نسبت به آن طرح مالکیت پیدا می‌کند. اغلب طراحان حرفه‌ای تلاش می‌کنند تا با استفاده از اصول گرافیکی و تجربه هنری خود طرح‌های منحصر به فرد و خلاقانه ابداع کنند که مختص به آنها باشد.

### استفاده نکردن نمادهای گذرا

با توجه به اینکه لوگو تایپ به‌عنوان یونیفورم، جز بخش ثابت و ماندگار هر نشریه است، باید از نمادهای پایدار در طراحی آن استفاده شود و از به‌کارگیری عوامل گذرا یا جزییات در لوگو تایپ خودداری شود؛ برای مثال در طراحی لوگو تایپ برای یک نشریه دانشگاهی با مخاطب عام، ضرورتی چندانی ندارد که به نمادهای تصویری رشته‌ها و جزییات تکیه کرد و از پرگار به‌عنوان نماد ریاضی، چرخ دنده به‌عنوان نماد مهندسی، گندم به‌عنوان نماد کشاورزی و... استفاده شود؛ چرا که ممکن است تعداد رشته‌های دانشگاهی که مخاطبان آن نشریه هستند به طور منطقی ثابت نباشد. در چنین بهتری است از اشکال یا تصویر در طراحی لوگو استفاده نشود و سعی شود زیبایی بصری در لوگو با استفاده از ترسیم خلاقانه و ابتکاری کلمات تایپوگرافی ایجاد شود، البته مشروط بر اینکه خواندن لوگو تایپ سخت و دشوار نشود.

### در نظر گیری شرایط فرهنگی

برخی از طراحان معتقد هستند که هنر گرافیک یک زبان بین‌المللی است که نیاز به ترجمه ندارد و در نظر گیری شرایط فرهنگی و قومی در آن ضروری نیست، لذا طراحی نماد و نشانه‌ها باید بر اساس اشتراکات جهانی باشد، اما این باور در برخی موارد برای نشانه‌های بین‌المللی کاربرد دارد، نظیر علائم و نشانه‌های راهنمایی و رانندگی که مشترک بودن زبان تصویری و نمادها در بین کشورهای جهان، نتیجه یکسان و مناسبی را به همراه دارد، استفاده از نمادهای ورزشی مشترک بین کشورهای مختلف، نماد سازمان‌های جهانی و... اگر از این قاعده پیروی کنند، در سطح بین‌المللی نتیجه مثبتی خواهد داشت.

در طراحی نشانه‌ها یا لوگوهای داخل کشور، باید شرایط فرهنگی کشور مد نظر قرار گیرد و نشانه‌ها به‌گونه‌ای طراحی شوند، که موضوع فعالیت آن نهاد، مؤسسه، جشنواره و... را تداعی کنند. هنر گرافیک اگرچه زبان جهانی دارد که مفاهیم ارتباطی را منتقل می‌کند، با این وجود یکی از مناسب‌ترین شیوه‌های معرفی هویت فرهنگی نیز محسوب می‌شود. دقت شود در



طراحی لوگو تایپ نشریات دانشگاهی، به ویژه زمانی که طراح از سایر لوگوتایپ‌های خارجی ایده و الهام می‌گیرد، از نمادهای غربی و بیگانه که معرف گروه‌های خاص غربی هستند استفاده نکند.

### استفاده از رنگ‌های مکمل در صورت ضرورت

در طراحی نشانه برای تفهیم بهتر معنی و پیام می‌توان از ترکیب رنگ مناسب استفاده کرد، در نشریات تک رنگ که با رنگ مشکی چاپ می‌شوند، بهتر است برای دستیابی به نتیجه بهتر با رنگ سیاه روی زمینه سفید و بر سفید در زمینه سیاه طراحی شود، در برخی موارد در نشریات رنگی نیز لازم است که ابتدا طرح آرم به صورت سیاه و سفید طراحی شود، تا ذهن فقط روی روابط شکل‌ها متمرکز گردد و پس از دستیابی به نتیجه مطلوب در صورت ضرورت و توجیه هنری به طرح رنگ اضافه کرد.

### هماهنگی معنادار با زمینه فعالیت

یکی از ویژگی‌های مهم لوگوتایپ مناسب این است، که در نگاه اول به راحتی معنای فعالیت نشریات دانشگاهی و... را به مخاطب منتقل و معرفی نماید، سپس در نگاه دوم با ترکیب خلاقانه و چینش مناسب کلمات و اجزای لوگوتایپ معانی غیرمستقیم آن را به بیننده منتقل کند، در واقع در نگاه دقیق‌تر آشکار می‌شود که در پس آن طرح بصری به‌ظاهر ساده، معنای غیر مستقیم یا ثانویه نیز مستتر است.

کشور ما به‌جهت دارا بودن سابقه تاریخی و هنری و داشتن هنرمندان صاحب نام در زمینه‌های مختلف هنری، منابع عظیمی از نقش‌ها، خطوط، نمادها، لوگوتایپ‌ها، طرح‌ها و تصاویر را در دل خود جای داده است که از گذشته دور تاکنون با نهایت استادی و مهارت طراحی شده‌اند. نقش‌های مربوط به آجرکاری‌ها، گچبری‌ها و کاشی‌کاری‌ها، نقاشی‌ها، حکاکی‌ها، خوشنویسی‌ها، قالی‌بافی‌ها و سایر زمینه‌ها نمونه‌های بی‌نظیر و هنرمندانه‌ای از این نوع است که با ساده شدن شکل‌های طبیعی اجسام و اشیای مختلف طراحی شده‌اند. این نمونه‌ها، الگو و دستمایه گرانبهایی برای طراحی نشانه‌ها و سایر آثار گرافیک معاصر برای ایده‌گیری طراحان و نوآموزان به ویژه نشریات دانشجویی فراهم می‌کند.

### شیوه‌های طراحی لوگو تایپ

لوگو تایپ‌ها (نشانه‌نوشته‌ها) را می‌توان به روش‌های مختلف طراحی کرد که عبارتند از:

- لوگو تایپ‌های «تایپوگرافی»، که بر اساس تایپ و حروفچینی هستند؛
- لوگو تایپ‌های «کالیگرافی»، که از خوشنویسی نشأت می‌گیرند؛
- لوگو تایپ‌های مبتنی بر هماهنگی شکل و معنا؛
- لوگو تایپ‌های «هندلترینگ»، که با الگوگیری از دست‌نوشته‌ابتکاری طراحی می‌شوند.

### لوگو تایپ براساس تایپوگرافی

استفاده از حروف در طراحی لوگو تایپ را تایپوگرافی می‌گویند. در زبان‌های غربی هر یک از حروف الفبا را لتر (letter) می‌نامند. گوتنبرگ با اختراع صنعت چاپ واژه جدید «تایپ» (type) را به واژگان غربی اضافه کرد که مولود فن‌آوری نوین چاپ است.

«تایپ» نوعی حروف‌نگاری بود که در ابتدا ماشین حروفچینی حروف آن را تولید می‌کرد و از اساس با «لتر» متفاوت است ضمن آنکه با کالیگرافی (خوشنویسی) نیز فرق دارد؛ تایپوگرافی هیچ‌سختی با دست‌نوشته یا «هندلترینگ» (hand lettering) ندارد. حروف «تایپ» یا چاپی با خصوصیات و مصارف متفاوتی، از همان آغاز پیدایش بر روی پایه‌های چوبی یا سربی قرار می‌گرفتند و در کنار هم چیده می‌شدند. از این رو، کار با این «حروف از پیش آماده» را «حروفچینی» یا «تایپ ستینگ» می‌گفتند، بنابراین، سابقه تاریخی تایپوگرافی به پس از اختراع ماشین تایپ و صنعت چاپ برمی‌گردد و با کالیگرافی و هندلترینگ که سابقه دیرینه تاریخی دارند، بسیار متفاوت است.

آن دسته از طراحانی که نسبت به «تایپ» و تکثیر ماشینی حروف، حساسیت و دقت بیش‌تری نشان می‌دادند، آثاری به وجود آوردند که به مرور با نام «تایپوگرافی» شناخته شد. امروزه این طراحان را که متخصص در تایپوگرافی هستند، با نام «تایپوگرافر» می‌شناسند. تایپوگرافر، طراحی است که حروف تولیدشده ماشین را از نظر «فرم» بررسی می‌کند. این طراحان سر و کارشان با حروف چاپی است. در حال حاضر توسعه فن‌آوری ارتباطات و وسعت دامنه کار رایانه‌های پیشرفته و نرم‌افزارهای رایانه‌ای جدید باعث شد تا حروف و خطوط تایپوگرافی بسیار زیادی وارد بازار شود که طراحان زیادی ابداع‌کننده آن هستند و این تکثیر فراوان حروف باعث شد تا بسیاری از این ابداعات در حروف تفاوت‌چندانی با هم نداشته باشند.

### لوگو تاپ‌های (نشانه‌نوشته‌ها) کالیگرافیک

سیر تکاملی هنر «طراحی» مانند بسیاری از عرصه‌ها و مظاهر فرهنگی دیگر، در طول تاریخ به‌ویژه پس از انقلاب صنعتی دچار تغییرات جدی شد. در این بین شیوه طراحی لوگو تاپ‌های کالیگرافیک نیز تنوع چشمگیری پیدا کرد و روش‌های مختلفی برای طراحی بهتر، کامل‌تر و پرمفهوم‌تر در عین حال باسادگی بیش‌تر ابداع شد. طراحی لوگو تاپ به روش کالیگرافیک نیز بخشی از ابداعات برای طراحی لوگو بود. تعیین نوع حروف، سطح حروف در صفحه، نوع قلم، فونت و حتی رعایت میزان شدت رنگ حروف در کنار رنگ‌های دیگر و ترکیب‌بندی آنها با همه اجزای بصری یک صفحه کالیگرافی نامیده می‌شوند. کالیگرافی به پیشرفت در رسم الخط زبان‌های مختلف بستگی دارد، اما اکثر خطوط غربی از رسم الخط یونان قدیم نشأت گرفته‌اند که پیشینه خود آن به خط فینقی باز می‌گردد و اکثر خطوط شرقی نیز ریشه در خط یونانی و به تبع آن فینقی دارند.

در اوایل دوره اسلامی در کشور ما دو شیوه خوشنویسی «نسخ» و «ستعلیق» رواج یافت و به تدریج با تدوین قواعد و آموزش آن سیر تکاملی پیدا کرد تا به امروز که با تنوع زیاد و زیبایی خاص نائل شد.

کالیگرافی نشانه‌ای است که بر اساس ترکیب‌بندی و اصل زیبایی‌شناسی با استفاده از خوشنویسی نوشته می‌شود، اما در ترسیم آن بیش‌تر قواعد خوشنویسی و قواعد گرافیکی برای رسیدن به یک زیبایی و توازن مناسب مورد توجه قرار می‌گیرد. در کالیگرافی قواعد خوشنویسی ماده اولیه و مواد خام کار هستند و هدف طراح ساخت نماد و نشانه است، در پی خلق اثر خوشنویسی نیست. در طول تاریخ نشانه‌نوشته‌های زیادی از سوی هنرمندان در زمینه‌های مختلف خلق شده‌اند که گنجینه‌های فرهنگی خط محسوب می‌شوند.



### لوگو تاپ‌های مبتنی بر هماهنگی شکل و معنا

این لوگو تاپ‌ها با ابداع و طراحی فرم‌ها و شکل‌هایی خلق می‌شوند که به سادگی در ذهن جایگزین حروف الفبا می‌شوند. در این نوع نشانه‌نوشته‌ها، کلمه در ارتباط با مفهوم



موضوع طراحی می‌شود و در فرآیند میان معنای کلمه و شکل آن، هماهنگی به وجود می‌آید. به عبارت دیگر، «فرم» به «کلمه» و «کلمه» به «فرم» تبدیل می‌شود، اما آنچه که بسیار اهمیت دارد عامل «خوانایی» لوگوتایپ است که هدف غایی طراح در خلق چنین نشانه‌هایی است.

گرافیکستی که کلام را تبدیل به فرم و سپس فرم را جایگزین الفبا می‌کند. در طراحی این نوع نشانه‌نویشته‌ها، «معنا» هرگز به طور کامل حذف نمی‌شود و حتی به نشانه‌نویشته نوعی صدای زمینه اضافه می‌کند که با تار و پود آن آمیخته می‌شود. می‌توان گفت، که طراح خلاصه کردن و ایجاز را تا حد دست‌یافتن به شکل مناسب ادامه می‌دهد و علامت‌هایی که نه حروف الفبا هستند و نه از خوشنویسی به دست آمده‌اند را با یک محصول انتزاعی از اندام‌شنای حروف خلق می‌کند که شکل ساده شده چشم و یا شی اصلی در طرح گرافیکی آن دیده می‌شود.



#### لوگوتایپ‌های هندلترینگ (دست‌نویشته)

یک (دست‌نویشته) بر روی کاغذ اثری است که باقی می‌ماند و حرکات و احساس نویسنده آن را در هنگام نوشتن انعکاس می‌دهد. به عبارت دیگر، یک دست‌نویشته مثل یک فیلم یا نواری از احساسات نویسنده است که هنگام نوشتن ثبت و ضبط می‌شود و هندلترینگ نیز یک دست‌نویشته زیبا برای لوگوتایپ است.

در تمامی روش‌های تولید خط، اعم از انواع خوشنویسی یا حروفچینی، یک وجه مشترک وجود دارد و آن منظم بودن اندازه و ابعاد حروف است. یک نرم‌افزار حروفچینی می‌تواند هر بار خطوط مشابه و از پیش مقرر شده‌ای را به‌روی صفحه منتقل کند و هرگونه تغییر و تنوعی که پیشاپیش طراحی و تنظیم و به حافظه آن سپرده شده را به نمایش درآورد. در خوشنویسی نیز آنچه در ذهن طراح وجود دارد به صورت خط مجسم می‌شود.

در تصاویر زیر نمونه‌هایی از لوگو تایپ دستنویس یا هندلترینگ مشاهده می‌شود.



### شناسنامه زیر لوگو تایپ

شناسنامه زیر لوگو تایپ باید با فونتی ظریف و به شکلی مناسب و هماهنگ با طرح لوگو تایپ، در محل مناسبی در اطراف آن قرار گیرد. در شناسنامه زیر لوگو باید اطلاعاتی نظیر؛ دوره و زمینه انتشار، ارگان منتشر کننده، شماره انتشار، تاریخ انتشار، سال انتشار، قیمت و شمارگان آورده شود.



### شرایط ستون‌بندی مناسب

یکی از اصلی‌ترین کار در صفحه‌آرایی ستون‌بندی زیبا و مناسب محتوای نشریه است. اندازه و فاصله ستون‌بندی تا حد زیادی به قطع نشریه وابسته است. صفحه‌آرایی در نشریات و مجلات با قطع کوچک از جمله قطع ۲۹۷ × ۲۱۰ میلی‌متر (نزدیک به قطع کاغذ A4) و قطع استاندارد ۳۴۰ × ۲۴۰ میلی‌متر (کاغذ B4) با صفحه‌آرایی در قطع روزنامه‌ها که با قطع بزرگ هستند، تا حدودی متفاوت است و صفحه‌آرایی در مجلات از جمله نشریات دانشگاهی تا حدودی با روزنامه‌ها تفاوت داشته و نیاز به خلاقیت و ابتکار هنری بیش‌تری دارد. هر کدام ستون‌بندی شرایط و اقتضات خاص خود را دارد.

با این وجود هنگام صفحه‌آرایی، نباید هدف از ستون‌بندی فراموش شود. اهداف ستون‌بندی عبارتند از:

- ایجاد زیبایی بصری مناسب در صفحه؛
  - خوانش آسان و تعقیب راحت متن؛
  - تمرکز ذهن خواننده به پیام متن به جای مشغول شدن برای پیدا کردن ادامه متن در سطر بعدی که اغلب در ستون با طول بلند اتفاق می‌افتد؛
  - چینش مناسب و متعادل متن در صفحه؛
  - امکان برقراری تناسب دقیق‌تر و ترکیب بهتر با تصاویر و سایر عناصر صفحه.
- اندازه حروف و پهنای ستون رابطه مستقیمی با هم دارند. اگر از ستون باریک استفاده شود، حروف نیز باید کوچک شوند. پهنای ستون را می‌توان عاملی برای کمک به خوانش آسان‌تر متن در نظر گرفت.

فضای سفید یا حاشیه بین دو ستون نیز نباید بیش از حد باریک یا پهن باشد. اگر فاصله بین ستون‌ها کم باشد، سطح کاغذ تیره دیده می‌شود و خواندن را با مشکل مواجه می‌کند، اگر ستون‌ها بیش از حد از هم فاصله داشته باشند، یک فضای خالی در وسط ستون‌ها ایجاد می‌کند، که موجب کاهش زیبایی و ایجاد مشکل در تعقیب ادامه متن و خواندن آن می‌شود.

### استفاده از قالب چندستونی

سعی شود در نشریات دانشجویی از صفحه‌آرایی به صورت یک ستون اجتناب شود، زیرا علاوه بر محروم ماندن نشریه از زیبایی، باعث می‌شود که خواننده هنگام خواندن، ادامه متن در سطرها بعدی را گم کند و مهم‌تر آنکه حواس خواننده بیش‌تر از آنکه متوجه خواندن متن و پیام آن باشد معطوف به پیدا کردن سطر بعدی می‌شود.

یک صفحه چهارستونی از نظر بصری شلوغ‌تر و متنوع‌تر از یک صفحه دوستونی است که آرام‌تر و سنگین‌تر به نظر می‌رسد. پس در صفحاتی که بخواهیم به خواننده حسای از شلوغی القا شود، ستون‌ها باید باریک‌تر شوند و برعکس برای تداعی آرامش و متانت، عرض سطر ستون‌ها باید بیش‌تر و تعداد آن کمتر می‌شود.

تجربه نشان داده است که یک سطر مناسب برای مجله، باید حداقل شامل هفت کلمه باشد؛ در صفحاتی ویژه، مانند اخبار که تعداد ستون‌ها بیش‌تر انتخاب می‌شود، بهتر است تعداد کلمات هر سطر حداکثر چهارده کلمه باشد؛ اگر تعداد کلمات در یک سطر بیش‌تر از حد باشد، ممکن است موجب خستگی چشم شود. همچنین ممکن است خواننده به جای

اینکه مفهوم متن را درک و ضبط کند، مجبور به تمرکز کردن برای گم نکردن سطرهای بعدی شود و این کار موجب می‌شود فکر خواننده از محتوای متن به طرف جست و جو برای پیدا کردن ادامه متن منحرف شود.

از طرف دیگر حروف خیلی ریز هم در سطرهای طولانی موجب خوانش سخت و نازیبا شدن ستون‌بندی مطبوعاتی می‌شود.

باید دقت شود صفحات بیش از حد پر و شلوغ نشود. سعی شود که در داخل کادر صفحات که پس از کسر حاشیه صفحه مشخص می‌شود، دو سوم به متن با ترکیب ستون‌بندی و یک سوم باقیمانده به فضای خالی، عکس، طرح، اصول گرافیکی و زیباسازی صفحه و ... اختصاص یابد. البته باید دقت شود که این قاعده منجر به یکنواخت شدن صفحات نشود و تنوع و گوناگونی زیبایی بصری برای ایجاد جذابیت بیش‌تر رعایت شود.

برای صفحاتی مثل شعر، قطعات ادبی، متن‌های کم، طرح و ... که ستون‌بندی ندارد و به نظر می‌رسد برای کار هنری، نیاز به فضای خالی بیش‌تری است، اشکالی ندارد که از فضای خالی بیش‌تر استفاده شود و متن گنجانده شده در آن کم باشد، 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 نداشتن محتوا، فضای خالی زیاد شده است، ضمن اینکه طراحی و حالت قرار گرفتن فضای خالی متناسب با طرح صفحه و در نظرگیری محدودیت صفحات نشریه و خلاقیت گرافیکی بسیار مهم است. در واقع فضای خالی یا سفید گرافیکی زمانی ارزش دارد که به زیبایی صفحه و برجسته کردن پیام متن کمک کند و زیبا شدن آن به سادگی برای مخاطبان قابل تأیید باشد.

همچنین باید دقت داشت، که صفحه‌آرایی صفحه اول با سایر صفحات نشریه متفاوت است و تیتربرها بر اساس اهمیت و اولویت در اندازه قلم‌های مختلف از بالا به پایین درج می‌شود. هر چه اهمیت خبر بیش‌تر باشد، تیتربرها در اندازه بزرگ‌تر و در بالای صفحه قرار می‌گیرد. به طور معمول چند نمونه از مهم‌ترین عناوین و تیتربرها محتوای نشریه به تشخیص سردبیر در صفحه اول روزنامه‌ها یا روی جلد قطع مجله‌ای درج می‌شود. ضمن آنکه صفحه اول ویتربها نشریه است و گرافیکست باید با خلاقیت بصری و ترکیب موزون، زیبا و هماهنگ عناصر بصری هنر خود را در جذب مخاطب به نمایش بگذارد.

### ارزش ستون‌ها

میزان ستون‌های اختصاص یافته به هر مطلب در یک صفحه با اهمیت آن رویداد نسبت مستقیم دارد. هر چه تعداد و میزان ستون‌های اختصاص یافته به یک خبر بیش‌تر باشد،



اهمیت آن خبر نیز بیش تر می‌شود، بنا براین برای افزایش تعداد ستون باید به اهمیت خبر توجه داشت و بر اساس آن سطرها و ستون‌ها را افزایش داد. باید دقت داشت که ارزش ستون‌های صفحات روزنامه‌ها و نشریات (به جز صفحه اول روزنامه‌ها و طرح جلد مجلات) از سمت راست صفحه به طرف ستون‌های وسط نشریه کاهش می‌یابد و از وسط به طرف ستون‌های سمت چپ ارزش آن دوباره افزایش می‌یابد. ستون‌های سمت چپ دارای ارزشی بیش تر از ستون‌های وسط و کم تر از ستون‌های سمت راست هستند.

صفحات نشریات به خصوص روزنامه‌ها نیز دارای ارزش متفاوت هستند. صفحه اول در روزنامه‌ها و روی جلد در مجلات بیش ترین ارزش خبری و تبلیغاتی را دارند و پس از آن صفحه آخر دارای بیش ترین ارزش است، سپس صفحه دوم و سوم در رتبه بندی بعدی ارزش قرار دارند. پس از این موارد، یک و دو صفحه مانده به آخر دارای رتبه بعدی ارزش هستند، اما صفحات لایه‌ی یا وسط نشریات به طور معمول دارای ارزشی نزدیک به هم هستند و اختلاف چندانی ندارند. به دلیل اینکه خوانندگان روزنامه در کشورمان با زبان فارسی که رسم الخط 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 بیش تر است. اهمیت مطالب در هر صفحه با توجه به نقطه دید خواننده از بالا به پایین کاهش می‌یابد و مهم ترین خبرها در بالای صفحه و کم اهمیت ترین آنها در پایین صفحه جای می‌گیرد. صفحه‌آرا با ابتکاری که دارد، چنانچه با کمبود جا مواجه شد می‌تواند برای صفحه‌آرایی 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.

صفحه‌آرا 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 تیتربه شکل هنری و جذاب برای زیبایی صفحه استفاده کند.

### ارجاع ادامه متن به صفحات دیگر

خواننده‌ای که بر موضوعی تمرکز یافته و مشغول خواندن آن متن است، با پایان ستون یا صفحه و دیدن جمله ارجاعی «ادامه در صفحه...» و جستجوی آن صفحه، تمرکز خود را از دست می‌دهد و تا پیدا کردن ادامه متن و به دست آوردن دوباره تمرکز، مدت زمانی



صرف می‌شود که برای روزنامه‌نگاری نوین که اصل بر حداکثر تأثیرگذاری است، قابل اغماض نمی‌باشد. انتقال یک قسمت از مقاله به محلی در صفحات آخر مجله، اگرچه کار صفحه‌آرا را ساده می‌کند، ولی برای خوانندگان، مشکل ایجاد می‌کند و در نتیجه می‌تواند در انتقال آسان پیام اشکال ایجاد نماید، پس کار قابل قبولی نیست.

### ثبات قلم متن در محتوای ستون‌ها

صفحه‌آرا باید دقت داشته باشد که نوع فونت و اندازه قلم در کل صفحات نشریه باید ثابت و مشترک باشد به‌جز در موارد خاص نظیر شعر، طنز، فکاهی و آگهی‌های تبلیغاتی که می‌توان از قلم‌های متناسب استفاده کرد.

بهتر است از قلم‌های نازنین، لوتوس، میترا، زر و... در اندازه‌های ۱۰ تا ۱۲ برای مجلات و اندازه ۹ تا ۱۱ برای روزنامه‌ها استفاده شود. برای نشریاتی که با کودکان و نوجوانان و برخی مخاطبان خاص سرو کار دارند، بهتر است اندازه قلم متن بزرگ‌تر باشد، در این نشریات می‌توان از اندازه قلم ۱۳ یا درشت‌تر استفاده کرد. نوع قلم را می‌توان کودک، رویا و... انتخاب کرد. برای عناوین بهتر است از قلم‌هایی استفاده شود که از برجستگی (سیاهی) و درشتی لازم برخوردار باشند، تا راحت دیده شوند. به‌عنوان مثال استفاده از قلم تیترا، نرم، زر ضخیم و... که از برجستگی لازم برخوردار هستند. بهتر است اندازه قلم عناوین به ویژه عناوین اصلی کمتر از پوینت یا اندازه ۱۸ نشود، ضمن آنکه اندازه بزرگ‌نمایی قلم عناوین به اهمیت مطلب، فضای موجود، ابتکار طراح بستگی دارد.

میزان تأثیر بصری هر حرف به‌طور مستقیم به ضخامت خطوط آن بستگی دارد. به‌طور کلی حروف هرچه ضخیم‌تر باشند، دارای انرژی بصری بیش‌تری هستند. حروف ضخیم را «سیاه یا بولد» و حروف کم ضخامت را «نازک» می‌نامند. حروف سیاه و نازک هم‌ارتفاع هستند و تقریباً یک مساحت را اشغال می‌کنند، اما در داخل حروف سیاه فضای آزاد کمتری وجود دارد و وزن و برجستگی حروف در نگاه بیننده به صورت قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد و برعکس در حروف نازک، فضای بیش‌تری در درون و اطراف حروف حس می‌شود و وزن حروف هم سبک‌تر می‌باشد.

حروف زبان‌های مختلف از نظر چگونگی سنگین شدن و سبک شدن و تأثیر بصری و میزان خوانایی تفاوت دارند؛ به‌طور مثال فونت حروف فارسی که در دهه‌های اخیر در ایران استفاده می‌شود و از خط نسخ نشأت گرفته است، در حالت نازک مشکلی ندارد و در هر مقیاسی قابل استفاده است، ولی در حالت سیاه گاهی هنگام افزایش وزن به شرایطی می‌رسد که از میزان



خوانایی آن کم می‌شود، در نتیجه امکان طراحی حروف بسیار ضخیم در خط لاتین بسیار گسترده‌تر از خط عربی و فارسی می‌باشد. اندازه حروف با واحدی به نام «پوینت» سنجیده می‌شود که کوچک‌ترین واحد اندازه‌گیری چاپی است و در سیستم آلمانی معادل ۰/۳۷۶ میلی‌متر است.

### استفاده از فضای خالی اطراف لوگو تایپ در روزنامه‌ها

در روزنامه‌ها که لوگوی نام در وسط بالای صفحه اول قرار دارد در دو طرف آن به طور معمول مهم‌ترین خبرهای بعد از خبرهای اصلی را می‌آورند. در صفحه اول نشریات با شکل روزنامه‌ای (صفحه نخست) بعضی مواقع به مناسبت‌های مختلف، بالای لوگوی ثابت نشریه، یک جمله گرامیداشت، تبریک، تسلیت و... درج می‌شود. در روزنامه‌هایی که لوگوی آنها در سمت چپ یا راست قرار دارد، طرف دیگر به درج مهم‌ترین خبرهای بعد از خبرهای اصلی اختصاص می‌یابد. در صفحه‌آرایی کم‌اهمیت‌ترین خبرها یا آگهی تبلیغاتی در پایین صفحه و خبرهایی که از ارزش و اهمیت خبری بیش‌تری برخوردار هستند، در بالای صفحه درج می‌شوند. در تصویر زیر روزنامه ابرار هیچگونه استفاده‌ای از گوشواره‌های اطراف لوگو نکرده است و توجیه گرافیکی استفاده از فضای خالی نیز پذیرفته نیست، لذا یک عیب محسوب می‌شود.



در نمونه زیر روزنامه قانون از گوشواره‌های دو طرف لوگو تایپ برای تبلیغ ویژه‌نامه ضمیمه روزنامه و خبرهای با اهمیت استفاده کرده‌است.

### هدایت خوانندگان به خواندن خبرها بر اساس اولویت تعیین شده

گرافیکست علاوه بر زیباسازی صفحه، اهمیت اخبار را نیز باید مد نظر داشته باشد و مطالب مهم را به گونه‌ای صفحه‌آرایی نماید که به‌سادگی در دسترس خواننده قرار گیرد. بر این اساس مهم‌ترین و جالب‌ترین مطالب و اخبار در بهترین جای صفحه قرار می‌گیرد. صفحه‌آرا و هدایت نگاه تعیین کند، ضمن آنکه باید تدبیری به خرج دهد که در اولین نگاه مخاطب به سمت محتوای نشریه و خواندن خبرهای مهم‌تر جلب شود. 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 طرف خود جذب و جلب کند، چون صفحه اول روزنامه‌ها و جلد مجلات، ویتترین نمایش محتوا هستند که در موفقیت نشریه برای جذب مخاطب نقش بسیار مؤثری دارند.

### استفاده از اصل ثبات

صفحه‌آرا و مدیر فنی و هنری باید به هنگام صفحه‌آرایی، اصول صفحه‌آرایی 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 به‌عنوان مثال ستون یادداشت خود را در همه شماره‌ها حفظ نمایند یا کاریکاتور را در همه شماره‌ها داشته باشند و یا ستون نظر خوانندگان را در همه شماره‌ها در مکان مشخص و ثابت داشته باشند.

### شیوه تقسیم صفحات

باید توجه داشت که از تقسیم صفحات به صورت ستون‌های افقی یا صرفاً عمودی جدا از هم، پرهیز گردد. مطالب هر بخش یا قسمت باید در ستون‌های زیر تیتراژ یا عکس مربوط به آن قرار گیرد، تا در صورت ایجاد فضای خالی بین مطالب، خبرها و مطالب با یکدیگر ادغام نشوند؛ همچنین از پلکانی شدن خبر به شکلی که با متن‌ها و خبرهای دیگر آمیخته و درهم شود، پرهیز گردد.

### تیترها

تیترها برای زیباسازی صفحه کمک بزرگی به صفحه‌آرا می‌کنند که می‌توان با نوشتن تیترها به شکل‌ها (حالت چینش در صفحه) و اندازه‌های مختلف زیبایی صفحه را بیش‌تر کرد.

صفحه‌آرا با راهنمایی سردبیر عناوین مطالب را بر اساس اهمیتی که دارند چینش می‌کند. جاگذاری تیترها باید به‌گونه‌ای باشد که خواننده به‌طور ناخواسته به خواندن عناوین با اولویت و اهمیت بیش‌تر هدایت شود. در واقع با کار هنری گرافیکست خوانندگان متناسب با خواست و سیاست مورد نظر نشریه، راهنمایی و جهت‌دهی می‌شوند. در این صورت نشریه قادر خواهد بود خبرهای مورد نظر را ابتدا در دسترس خوانندگان قرار دهد و اخبار را در نظر آنها برجسته و تأثیرگذارتر کند.

به‌طور طبیعی خوانندگان اولین مطلبی را که در روزنامه می‌خوانند، تیتراژ بزرگ قسمت بالای صفحه اول است که به خواست سردبیر و با هنر گرافیکست برای مهم شدن در نظر خواننده، درشت‌نمایی می‌شود، درشت کردن تیتراژ با تأثیرگذاری و ایجاد حساسیت آن بر ذهن خواننده رابطه مستقیم دارد.

به همین ترتیب برای کلیه محتویات نشریه، با تعیین اندازه درشت‌نمایی و مکان درج،

می‌توان اولویت و اهمیت تعیین کرد تا نوعی ذهنیت سازی و القا در ذهن خواننده ایجاد شود. در تصاویر زیر دو روزنامه ایران و وطن امروز بر اساس سیاست کاری خود خبرهای یک روز کشور را به شکلی که می‌بینید، برای مخاطبان الویت‌بندی کرده‌اند.

www.irannews.com

ایران

100 میلیارد دلار دارایی ایران آزاد شد

جهانگیری: واحدهای آلاینده باید به خارج از شهرها منتقل شوند

نیاید در هیچ شرایطی به صندوق‌های رای پشت کرد

VATANEMROOZ.IR

روزنامه صبح ایران

وطن امروز

قیمت نفت بالا نمی‌رود

انتخابات: منبع تهدید یا چشمه نیا؟

انتظار می‌رفت...

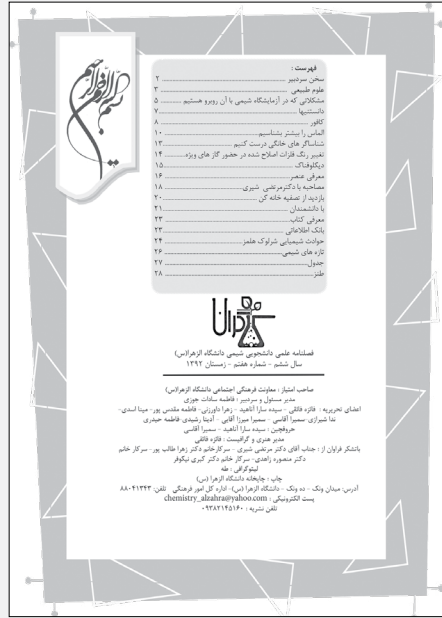
### صفحه فهرست

پس از صفحه‌آرایی همه صفحات نشریه، صفحه فهرست (در مجلات) صفحه‌آرایی می‌شود. صفحه فهرست اولین صفحه‌ای است که بعد از باز شدن جلد در معرض دید خواننده قرار می‌گیرد و زیبایی آن برای ترغیب خواننده به ورق زدن نشریه اثرگذار 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:

### اجزای صفحه فهرست

- لوگوی کوچک شده یا طرح روی جلد نشریه در اندازه کوچک؛
- زمینه انتشار نشریه، ارگان منتشر کننده، سال انتشار، شماره مسلسل، زمان انتشار زیر لوگو تایپ؛
- اسامی صاحب امتیاز، مدیر مسؤول، سردبیر، دبیران سرویس‌ها، مدیر هنری، همکاران و کسانی که در انتشار آن شماره همکاری کرده‌اند.
- لیست کلیه سرفصل‌ها و عناوین محتوای نشریه به همراه درج شماره صفحات آنها؛
- نشانی و شماره تماس دفتر نشریه؛
- نشانی سایت و پست الکترونیکی نشریه؛
- تقدیر و تشکر از کسانی که در تهیه‌ی محتوای نشریه همکاری کرده‌اند.
- دعوت به همکاری از دانشگاهیان برای مشارکت در تهیه‌ی محتوا برای شماره‌های آتی؛
- برخی توضیحات از جمله؛ مطالب درج شده موضع نشریه نیست، فراخوان مطالب، آزاد بودن نشریه در ویرایش مطالب، برنگرداندن آثار ارسالی و ...

در تصاویر زیر چند نمونه از صفحه فهرست صفحه‌آرایی شده در چند نشریات دانشجویی مشاهده می‌شود.



## طرح روی جلد

اولین بخش نشریات که در نگاه اول در معرض دید مخاطبان قرار می‌گیرد، طرح روی جلد نشریه است که بسان ویتترین نشریه، زمینه و عناوین محتوای آن را به نمایش می‌گذارد. طرح روی جلد آخرین مرحله کار طراحی و صفحه‌آرایی نشریه است و زمانی طراحی می‌شود که کار صفحه‌آرایی متن تمام شده باشد، چون طرح روی جلد بر اساس محتوا طراحی شده و چکیده‌ای از مهم‌ترین عناصر بصری و پیام‌های محتوای نشریه را در بر دارد. در طرح روی جلد باید نکاتی مد نظر قرار گیرد که عبارتند از:

- لوگو تایپ نشریه زیبایی و نمود بارز داشته و در اولین نظر، نگاه بیننده را به طرف نشریه جلب کند؛

- لوگو تایپ باید در قسمت بالا سمت راست صفحه جلد قرار گیرد، البته می‌توان بر اساس شکل لوگو از حالت وسط چین یا چپ چین نیز استفاده کرد، ولی لوگو تایپ سمت راست به دلیل اینکه زبان فارسی از سمت راست نوشته و خوانده می‌شود، اولویت دارد.

- طرح روی جلد نشریه زیبایی و جاذبه بصری لازم برای جذب مخاطب را داشته باشد؛

- طرح روی جلد نشریه باید با محتوای نشریه هماهنگ باشد؛

- تیتتر مهم‌ترین مطالب محتوای نشریه به صورت برجسته و پس از آن تیتتر پیام‌های فرعی با فونتی کوچک‌تر بر روی جلد آورده شود؛

- برای طرح روی جلد سعی شود از ترکیب عکس‌های به کار رفته در محتوای نشریه و به صورت طرح ترکیبی استفاده شود؛

- از پر کردن زیاد و استفاده رنگ‌های متعدد که باعث شلوغی طرح روی جلد می‌شود، اجتناب گردد؛

- شناسنامه زیر لوگو شامل؛ دوره و زمینه انتشار نشریه، ارگان منتشر کننده، سال انتشار، شماره پیاپی، زمان انتشار، قیمت و تعداد صفحات به گونه‌ای مناسب و زیبا در اطراف لوگو آورده شود؛

- در برخی موارد استفاده از طرح مبهم که موجب ایجاد سؤال و کنجکاوی در ذهن مخاطب شود و به ایجاد جذابیت کمک کند، مانعی ندارد، اما اگر موجب سردرگمی خواننده شود جایز نیست؛

- در طراحی روی جلد باید سلیقه و علائق مخاطبان در نظر گرفته شود؛

- عکس‌های بزرگ‌تر قابلیت برقراری ارتباط بیشتر با مخاطب دارند، لذا از عکس بزرگ به‌ویژه عکس از چهره کسانی که در ذهن مخاطب دارای سابقه قبلی هستند، برای ایجاد



جذابیت بیش‌تر استفاده 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 باز شو نشریه باشد، چون از نظر زیبایی‌شناسی نگاه بیننده را به طرف صفحات داخلی هدایت می‌کند، البته شرایط عکس نیز ممکن است بر این وضعیت اثر بگذارد و به‌گونه‌ای باشد که نتوان این ویژگی را رعایت کرد، در این صورت با ایجاد چرخش در عکس و یا تعویض عکس می‌توان شرایط مناسب‌تر ایجاد کرد.

- تیتیر مربوط به عکس بزرگ که پیام اول و اصلی نشریه است در جای مناسب برای کامل کردن پیام عکس آورده شود؛

- در ترکیب طرح روی جلد سعی شود اطراف لوگوتایپ به شکل مناسب خالی باشد و سنگینی طرح به سمت پایین باشد؛

- لوگوتایپ می‌تواند به شکل دایره، مربع، مستطیل و... بر روی جلد درج شود، اما مناسب‌ترین آن به شکل مستطیلی است؛

- اندازه لوگوتایپ بر روی جلد خیلی بزرگ و یا خیلی کوچک نباشد، بهتر است بر اساس فرم لوگوتایپ بین یک دهم تا یک چهارم صفحه روی جلد باشد.

- در صورت رنگی بودن نشریه، باید برای نشانه‌نوشته از رنگ مکمل یا متضاد با قابلیت تضاد (کنتراست) بالا استفاده شود؛ به‌عنوان مثال اگر زمینه زیر لوگوتایپ به رنگ آبی آسمانی باشد از قرمز پررنگ یا مشکی استفاده شود. در صورت تک رنگ بودن نشریه می‌توان از رنگ مشکی در زمینه سفید و یا سفید در زمینه مشکی استفاده کرد که بیش‌ترین تضاد را برای برجسته کردن نشانه‌نوشته دارد؛

نقطه کانونی یا طلایی طرح روی جلد اندکی بالاتر از مرکز هندسی صفحه است و طرح اصلی باید در این قسمت تمرکز داشته باشد. اگر با یک خط عمودی و یک خط افقی درست از وسط صفحه یکدیگر را قطع کنند، نقطه طلاق آنها مرکز هندسی صفحه است، اما نقطه کانونی از قاعده یک سوم طلایی پیروی می‌کند. به این ترتیب اگر با دو خط افقی صفحه را از بالا به پایین به سه قسمت مساوی تقسیم کنیم. خط بالایی نقطه کانونی صفحه است و بخش اصلی طرح روی جلد باید در این نقطه طراحی شود.

- جلد نشریه باید طوری طراحی شود که یک عنصر بصری، نقش جذب سریع مخاطب را در اولین نگاه بر عهده داشته باشد و در نگاه اول بیننده را به طرف خود جذب کند و ترکیب سایر عناصر بصری نقش تداوم نگاه بیننده را برای خواندن سایر پیام‌ها بر عهده بگیرند.

در شکل‌های زیر چند نمونه از طرح روی جلد نشریات دانشجویی مشاهده می‌شود.

**روزانه**  
شماره ۲۲ بهمن ۱۳۹۳  
تیرماه ۱۳۹۳  
فرماندهی دانشجویی

کتابخانه دانشگاه معین  
اصول نگارش و اطلاع‌رسانی

در کتاب و کلاس فعالیت‌های علمی یا به زبان ساده،  
میراث پژوهشی و فلسفی‌ها و تألیفات  
پیش رو برای آگاهی آینده

نویسنده: محمد علی  
موضوع: فرهنگ  
موضوع: علم  
موضوع: هنر  
موضوع: ادبیات  
موضوع: تاریخ

دانشگاه معین  
اصول نگارش و اطلاع‌رسانی  
شماره ۲۲ بهمن ۱۳۹۳  
تیرماه ۱۳۹۳  
فرماندهی دانشجویی

دانشگاه معین  
اصول نگارش و اطلاع‌رسانی  
شماره ۲۲ بهمن ۱۳۹۳  
تیرماه ۱۳۹۳  
فرماندهی دانشجویی

دانشگاه معین  
اصول نگارش و اطلاع‌رسانی  
شماره ۲۲ بهمن ۱۳۹۳  
تیرماه ۱۳۹۳  
فرماندهی دانشجویی

**سایپورت پوشان در مدنظر هنگی**

تولید کننده از حوزه موسیقی ایران  
در آوای یک خانه  
مرا بشنو از دور!  
جستاری در سرایش یک خون  
صدایی به نام تاریخ  
شوی: شاعر پیانو  
دراهم: فراتر از یک ساز

کتابخانه  
موسیقی خط سفید  
سال اول | شماره اول | آذرماه ۱۳۹۳  
صفحه ۲۰۰۰۰ | شماره ۵۲

**نیوسند**  
سازمان دانشجویی و فرهنگی  
شماره ۲۲ بهمن ۱۳۹۳  
تیرماه ۱۳۹۳  
فرماندهی دانشجویی

**از دهکده جهانی  
تأهدهکده المپیک**

طعم تلخ مطبوعات  
چرا به کلاس مری می‌خندیم؟  
توقیف یعنی کشتن!  
ریشه در خزانه دولت بی‌نمیری برای مخاطب

**خبر**

کتابخانه ملی دانشگاه تهران | شماره ۱۰ | شماره ۱۰

**یادی از هشتم مارس ۱۸۵۷**

نقدی بر مکتب فمینیسم  
زنی ام که از خرمن بیرون بیاد رو دیکه به زور نمیوتن بکنن تو خونه  
فکت و گوپی با منبوه حکمت، کارگردان زندان زنان  
ریخت نسائی وارگان "زن" در صبروت نظام دودمانی کهن  
سایه ی سبنگین قوانین کشور بر زنان  
سنست یا مدرنتنه، تحلیلی بر چند مصاحبه دانشگاهی  
خیلی سخت اما شدنی

### یونیفورم جلد

ساختار کلی بصری جلد، که در همه شماره‌ها ثابت می‌ماند، به انگلیسی یونیفورم و به فرانسوی اونیفورم گفته می‌شود.

نحوه سازماندهی عناصر بصری و نوشتاری در یک اثر واحد را نیز یونیفورم می‌نامند. رعایت دستورالعمل‌های یونیفورم، به وحدت، یکپارچگی و انسجام صورت ظاهر نشریه منجر می‌شود. یونیفورم در شماره‌های مختلف نشریه ثابت می‌ماند. در طرح روی جلد بهتر است فقط لوگوتایپ و شناسنامه لوگوتایپ یونیفورم ثابت نشریه باشند و سایر اجزای بصری در هر شماره بسته به محتوای نشریه تغییر کند. در این صورت گرافیست یا مدیر هنری برای طراحی جلد در شماره‌های مختلف با محدودیت عناصر ثابت و اجباری روبه‌رو نمی‌شود.

ساختار کلی بصری جلد باید بدیع و مناسب با ماهیت کلی مجله باشد. در برخی مجله‌ها که سر لوحه با خطوط سنتی عینا و بدون هیچ ابداع و تغییری خوشنویسی می‌شود یونیفورم باید فضای جلد را روز آمد کرده و آن را با روح زمانه هماهنگ سازد.

طراح مجله باید با سلیقه مخاطبان مجله از نظر بصری آشنا باشد و مجموعه عناصر بصری جلد را به طریقی طراحی کند که در میان چندین جلد دیگر در روزنامه فروشی‌ها جلوه کند و میل به دیدن صفحات و توجه به محتوای مجله را در بیننده برانگیزد.

### عناصر تشکیل دهنده یونیفورم جلد

- **لوگوتایپ:** نام نشریه باید در یک محل ثابت و مشخص درج شود و نخستین عنصر بصری جلد باشد که با سریع‌ترین و کوتاه‌ترین تماس چشمی، دیده می‌شود. حفظ محل ثابت لوگوتایپ در شماره‌های مختلف نشریه، برای تقویت تمرکز نگاه بیننده است، البته برخی نشریات با ظرافت خاص و حفظ ثبات در شکل و طرح لوگوتایپ، در مواقعی محل آن را جابه‌جا می‌کنند، که این کار الگوی مناسبی نیست و توصیه نمی‌شود.

- **شناسنامه زیر لوگو:** شامل دوره و زمینه انتشار، افراد، تشکر یا ارگان منتشر کننده، سال انتشار، شماره مسلسل (که از نظر قانونی نیز باید بر روی جلد درج شوند)، تاریخ انتشار، تعداد صفحات و قیمت که باید با فونت مناسب در محل ثابت و مشخصی درج شوند. بهتر است در نشریات دانشگاهی شماره مجوز نیز در این قسمت درج گردد. توصیه می‌شود که از درج شناسنامه زیر لوگوتایپ به صورت پراکنده و تکه‌تکه شده خودداری شود و همه اطلاعات با اندازه قلم حداکثر ۱۲ در جای مناسبی از لوگوتایپ یا زیر آن یکجا آورده شود.

## انواع طرح جلد

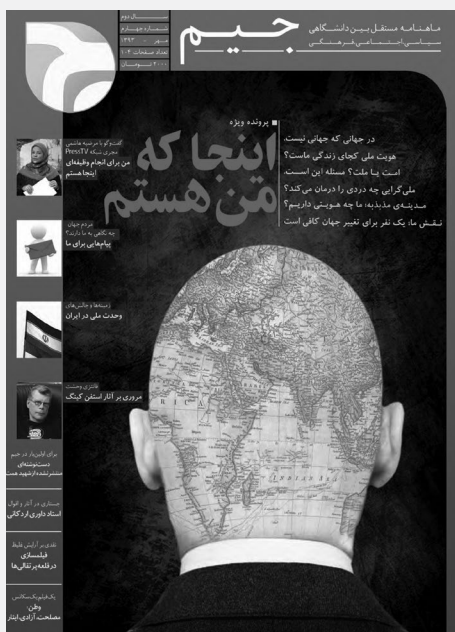
به چهار روش می‌توان قالب کلی طرح روی جلد را طراحی کرد که عبارتند از:

- طراحی جلد با استفاده از کادر (فریم وُرک)؛
- طراحی جلد به صورت باز (تمام صفحه)؛
- طراحی جلد به شیوه تلفیقی (کامپاوند)؛
- طراحی جلد با استفاده از شیوه تایپوگرافی.

هرگاه در طرح روی جلد مجلات «تصاویر» و «کلمات» با هم ترکیب شوند و در جای مناسب قرار گیرند، با دو شیوه ارتباطی نامشابه کلامی و تصویری، طرح روی جلد ایجاد می‌شود. این دو نظام ارتباطی نامشابه در بیش‌تر آثار گرافیک کم و بیش دیده می‌شوند، اما در تدوین فرمت جلد مجلات و برای پاسخگویی به مناسبات میان این دو شیوه ارتباطی و سازماندهی عناصر بصری و نوشتاری، چهار شیوه طراحی جلد در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد که عبارتند از:

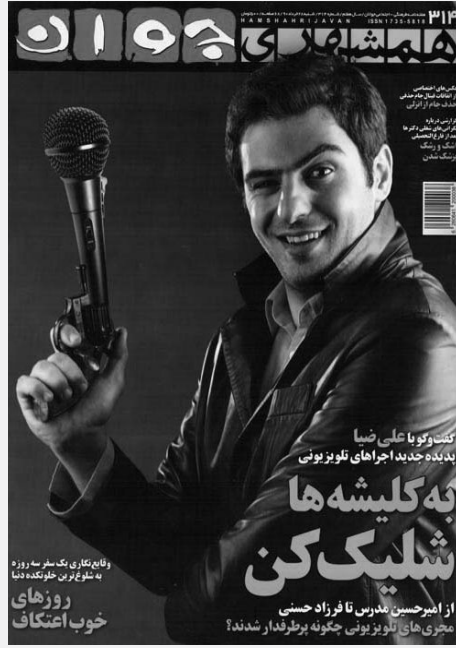
- **طراحی جلد با استفاده از کادر (فریم وُرک):** در این نوع از جلدها، عکس یا تصویر در داخل یک «کادر» قرار می‌گیرد تا یک تفکیک جدی میان دو شیوه ارتباطی نامشابه (کلام و تصویر) به وجود آید. به علت وجود عنصر «کادر»، این نوع از جلدها اغلب عاری از شلوغی بصری هستند. در هنر گرافیک عناصری مثل «خط»، «ترکیب‌بندی» و «کادر» کارآیی بسیاری دارند. با چنین عواملی طراح می‌تواند پیام خود را آنگونه که می‌خواهد، خلق و انتقال دهد. کادر مانند ترکیب‌بندی یکی از عواملی است که طراح در صورت لزوم از آن استفاده می‌کند. کادر در عکاسی، نقاشی، کاریکاتور و گرافیک یک عامل تعیین‌کننده و در مواردی یک عامل بیانی نیرومند به حساب می‌آید؛ کادر قادر است پیام را رساتر سازد، تنش بصری را برطرف کند و در نتیجه احساسی بیافریند که از تعادل مطلوب میان دو نظام ارتباطی (کلام و تصویر) به وجود می‌آید؛ سلسله مراتب بصری را به‌گونه‌ای تنظیم کند که مخاطب بی‌آنکه بداند، عناصر دیکته شده بر روی جلد را به ترتیبی ببیند که طراح تعیین کرده است. در تصویر زیر نمونه‌ای از طراحی جلد با استفاده از کادر در یک نشریه دانشجویی آمده است.

در تصاویر زیر دو نمونه طراحی جلد در نشریات دانشجویی با استفاده از کادر (فریم وُرک) مشاهده می‌شود.



- طراحی جلد به صورت باز (تمام صفحه): در چنین فرمت‌هایی، تصویر تمام سطح جلد را می‌پوشاند. یعنی لبهٔ صفحه چاپی به‌عنوان «کادر» تلقی شده و تصویر به اصطلاح «لبُر» می‌شود، چراکه هیچ کادری در روی جلد وجود ندارد، تا عناصر تصویری را از عناصر کلامی تفکیک کند. حضور همزمان دو نظام ارتباطی نامشابه تصویر و متن در چنین جلدهایی، عرصه را برای خلق راه حل‌های پیچیده (پیچیده‌تر از فرمت دارای «کادر») فراهم می‌سازد. سازماندهی جلد با فرمت تمام صفحه، در گام اول باید به گونه‌ای باشد که بیننده از مشاهده آن دچار سردرگمی نشود.

در تصاویر نمونه‌هایی از طراحی جلد به صورت باز (تمام صفحه) مشاهده می‌شود.



- طراحی جلد به شیوه تلفیقی: این شیوه عمدتاً با فضاهایی «پرنقش»، «پراکنده» و گاه «پرتحرک» و در برخی موارد سرشار از «تنوع» همراه است. در فرمت تلفیقی، اغلب با یک صفحه از عناصر متعدد کلامی و بصری مواجه هستیم. سازماندهی فرمت تلفیقی، دشوارتر از سایر فرمت‌ها است. آگاهی و تسلط طراح به «فنون ارتباط بصری» و ترکیب مناسب بین دو نظام ارتباطی کلامی و بصری از پراکندگی و اغتشاش در طرح جلوگیری می‌کند، طراحی فرمت تلفیقی به دلیل استفاده از عناصر کلامی و بصری زیاد نیاز به مهارت و تجربه داشته و ایجاد ترکیب هنری و هدفمند دشوارتر از سایر روش‌ها است. این نوع طراحی جلد تا حد زیادی شبیه طراحی به شکل تمام صفحه یا باز است، اما تحرک و شلوغی و ترکیب دو نظام ارتباطی نامشابه تصویر و متن بیش‌تر از سایر روش‌ها محسوس است و در نگاه اول با نشاط و پویایی زیاد به چشم می‌آید.

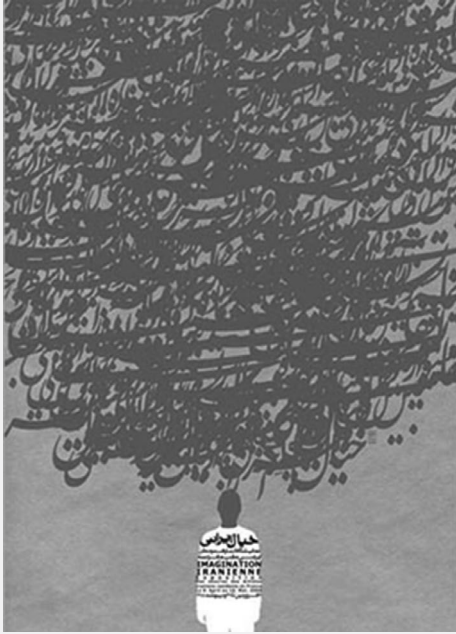
در تصاویر زیر نمونه‌هایی از طراحی جلد به شیوه تلفیقی مشاهده می‌شود.



- طراحی جلد با استفاده از شیوه (تایپوگرافیک): چنین جلدی فقط از نظام ارتباطی مبتنی بر کلام یا متن استفاده می‌کنند. در این روش، همه ارزش‌های بصری جلد از طریق عناصر نوشتاری سازماندهی می‌شود. کلمات، جملات، پاراگراف‌ها و اسامی در ترکیب و تنوعی از انواع حروف تایپی بر روی جلد تنظیم می‌شوند.

این فرمت، اغلب مورد استفاده نشریات وزین علمی و تخصصی است که یا بر اساس نظم ماهانه و یا به صورت فصلنامه منتشر می‌شوند. برخی گاهنامه‌ها، سالنامه‌ها و... نیز با فرمت تایپوگرافی عرضه می‌شوند. پدیدآورندگان این گونه نشریات، جامعه هدف خود را می‌شناسند و از نیازهای آنان، که اغلب متخصصان، کارشناسان و دانشجویان مقاطع بالا هستند، آگاهند. مدیران این نشریات تا حدودی نیاز فکری مخاطبان را می‌دانند. از این رو، استفاده از انواع فنون ارتباط بصری به قصد جلب توجه و جذب نگاه آنان، در اینجا کارایی ندارد. با این همه، باز هم زیباسازی بصری نقش آفرینی می‌کند و می‌توان شاهد نوعی تنوع دلچسب بصری با استفاده از چیدمان و طراحی حروف به منظور زیباسازی در این نشریات بود.

در تصاویر زیر نمونه‌هایی از طراحی جلد به شیوه تایپوگرافی مشاهده می‌شود.



### پوستر و ویژگی‌های بصری آن

«پوستر» واژه‌ای انگلیسی به معنی «آگهی دیواری» است که در دهه‌های اخیر وارد هنر گرافیک و زبان فارسی شد. بین انواع «پوستر» و «اطلاعیه» مرز خیلی دقیقی وجود ندارد. بزرگ‌تر بودن ابعاد پوستر نسبت به اطلاعیه و استفاده از ترکیب متن و تصویر در پوستر نسبت به اطلاعیه که اطلاع‌رسانی فقط متنی دارد، دارای دو تفاوت عمده است.

از آنجا که واژه‌های «اعلان»، «آگهی دیواری» یا «اطلاعیه» نمی‌توانند مفهوم امروزی پوستر را بیان کنند از همان واژه انگلیسی «پوستر» در زبان محاوره‌ای بیش‌تر استفاده می‌شود.

طراحان همواره در پی آن بودند تا ضمن انتقال مفاهیم و معنای کلمات با استفاده از حروف، اصول زیباسازی را نیز برای جذابیت به آن اضافه کنند. از این رو سعی کردند که با بهره‌گیری از اصول و هنر گرافیکی، شکل ظاهری، نحوه چینش، نازکی و ضخامت، روابط سطوح مثبت و منفی، حرف‌های عمودی و دارای انحنا، بزرگ یا کوچک کردن برخی کلمات، استفاده از رنگ‌ها، تعیین مسیر انحنا یا کج برای کلمات جمله و... به متن زیبایی و جذابیت بدهند و



همراه با خوانایی متن، زیبایی بصری را نیز به آن اضافه کنند، براین اساس هنر تایپوگرافی شکل گرفت و گسترش یافت.

### تایپوگرافی

در گذشته از تایپوگرافی ساده برای طراحی اعلانیه یا اطلاعیه استفاده می‌شد، اما با پیدایش پوستر به شیوه‌های جدید تایپوگرافی نیز شکل و شمایلی جدید و بسیار غنی پیدا کرد و ترکیب آن با تصویر در پوستر غنای مفهومی و بصری طرح‌ها را بیش‌تر کرد، با این وجود، ایجاد تحول در ترسیم تایپوگرافی و خلق اشکال بسیار زیبا و بهره‌گیری از اصول تایپوگرافی موجب شد که در برخی موارد طراحان برای خلق اثر منحصر به فرد و متفاوت فقط از تایپوگرافی استفاده کنند و یا اینکه برای طراحی آرم یا نشانه، لوگو تایپ و... از آن بهره‌گیرند.

**تایپوگرافی:** اعمال تغییراتی بر روی حروف برای ایجاد خوانش بهتر، جذاب‌تر، انتقال سریع‌تر پیام و افزایش زیبایی حروف است.

تایپوگرافی آن دسته از کارهای گرافیک است که در آن طراح با شخصیت بخشیدن به حروف چاپی، جابه‌جایی آنها، تغییر در فاصله حروف، تغییر جای نقطه‌ها در حروف، برای ایجاد ترکیب مناسب و زیبا هنر خود را به کار می‌گیرد. برای طراحی تایپوگرافی باید به نکاتی توجه کرد که عبارتند از:

- کلیت طرح آگهی توجه بیننده را به سوی خود جلب کند؛
- از طریق نظم منسجم عناصر، ایجاد ارتباط کند؛
- از طریق تعامل متن و ترکیب مناسب و قوی حروف، بیننده به خواندن متن آگهی ترغیب شود.

- ترکیب موزون و هماهنگ این عناصر پیامی را به صورت گویا و آشکار منتقل کند.  
در پوستر دو نظام نایکسان ارتباطی؛ یعنی نشانه‌های زبانی (کلامی یا نوشتاری) و نگاره‌های تصویری باید در یک کلیت منسجم و یکپارچه در هم آمیخته و ترکیب شوند. پوسترها بیش‌ترین کاربرد را برای تبلیغ به‌ویژه تبلیغات بازرگانی و تجاری دارند. قبل از آن که پوستر تبلیغاتی طراحی شود، ابتدا باید هدف از تبلیغات بازرگانی و تجاری تبیین شود. برخی از مهم‌ترین هدف‌های تبلیغات بازرگانی عبارتند از:

- جامعه هدف یا خریداران، نسبت به تصمیم‌گیری یا قبول عمل، کالا و خدمات آمادگی ذهنی لازم را پیدا کنند؛

- مؤسسات، مراکز، شرکت‌ها و... با جامعه هدف دور از دسترس، ارتباط برقرار کنند؛

- با واسطه‌های بازرگانی، جهت گسترش دامنه بازاریابی رابطه مناسب و نزدیک برقرار شود؛
- محصولات، کالا و خدمات جدید به همراه فهرست بهای جدید معرفی و اطلاع‌رسانی شود؛
- نگاه جامعه هدف نسبت به محصولی که تبلیغ می‌شود، مثبت گردد؛
- با تبلیغ جذاب از مزایای کالا و خدمات، جامعه هدف ترغیب به خرید شوند.

یک طراح خوب برای طراحی پوستر علاوه بر آشنایی با اصول گرافیکی و نرم‌افزار طراحی مناسب، باید شرایط و اقتضائات تبلیغ مورد نظر را بر اساس، موارد ذکر شده فوق مد نظر داشته باشد.

برای طراحی پوستر باید شاخصه‌های یک پوستر خوب و اثرگذار را شناخت و قواعد آن را هنگام طراحی رعایت کرد، برخی از این موارد و قواعد عبارتند از:

- پوستر باید به گونه‌ای صریح و آشکار با مخاطب ارتباط برقرار کند و بیننده را ترغیب به دیدن پیام مستتر در طراحی خود کند، سپس با اثرگذاری، مخاطبان را برای انجام عملی که هدف سفارش‌دهنده است تشویق و هدایت کند.

- پوستر باید دارای طرحی باشد که در نگاه اول شوک دیداری وارد کند، تا مخاطبی که بی تفاوت از کنار مسائل می‌گذرد، بدون آنکه خود بخواند، نگاهش به پوستر معطوف شود.

- پیام اصلی و شخصیت بصری پوستر باید با موضوع پیام آن تناسب داشته باشد به طور مثال، پوستری که هدف آن اطلاع‌رسانی برگزاری یک نمایش برای کودکان است، باید فضای تصویری کودکانه پوستر قبل از خوانده شدن واژه‌ها، با استفاده از عناصر بصری قابل لمس باشد.

- هر پوستر برای محدودی زمانی خاص کاربرد دارد و پیام پوستر باید در آن مدت محدود، به گونه‌ای مؤثر و مطلوب، به مخاطبان منتقل شود، هرچه قدرت اثرگذاری پوستر بیش‌تر باشد، نشان از توانایی طرح پوستر در انتقال پیام دارد و اگر پیام منتقل نشود، دلیلی برای ضعف طراحی پوستر محسوب می‌گردد. در طراحی پوستر، عناصر تصویری و دیدنی بیش‌تر از عناصر متنی و خواندنی اولویت دارند، بنابراین در طراحی پوستر باید از عوامل و عناصر تصویری گیرا و جلب‌کننده استفاده شود. برای این منظور تنها ایده‌های بکر و زیبا کافی نیست، بلکه باید از تمام تدبیر و خلاقیت آکادمیک و تکنیکی استفاده گردد، تا پوستر در نگاه اول بسیار سریع دیده شود.

- به جهت محدودیت زمانی نگاه کردن مخاطبان به پوسترهای نصب شده در نقاط مختلف که محل تردد مردم است، کلیت ترکیب بصری پوستر، چه با استفاده از عکس یا تصویرسازی

و چه عناصر متنی، باید صریح و ساده پیام خود را منتقل کند. پوسترهایی که دارای مفاهیم گوناگون و پیچیده باشند، مخاطبان نمی‌توانند در مدت زمان بسیار کوتاهی که از مقابل آن می‌گذرند، ارتباط لازم را برقرار کرده و پیام را دریافت کنند.

به بیان دیگر تا ارتباط بصری لازم بین طرح و مخاطب برقرار نشود، تصویر نمی‌تواند پیام را بر مخاطب تحمیل یا القا کرده، البته میزان صدق این گفتار به نوع پیام پوستر (تجاری، خدماتی، فرهنگی و...) و شرایط مخاطب بستگی دارد. در یک پوستر فرهنگی ممکن است کمی ابهام گاهی جایز باشد. در هر حال، این موضوع بسیار مهم است که یک پوستر چه چیزی را چگونه و برای چه کسانی بیان کند.

- پیام اصلی پوستر نیز باید صریح و ساده باشد و اگر به دلایلی نوشتن پیام در چند جمله ضروری باشد، بهتر است قسمت اصلی‌تر که تأکید بیش‌تر پیام در آن بخش است، به صورت یک عبارت کوتاه، در قالب شعار اصلی پوستر درشت شود و بقیه نوشته‌ها با حروفی کوچک‌تر و تا حدی فشرده در محل مناسب با ترکیب متوازن قرار گیرند؛ چرا که اکثر مخاطبان از مقابل پوسترها در گذر و عبور و مرور هستند و هنگام عبور از کنار پوستر مجال خواندن پیام طولانی در یک لحظه را پیدا نمی‌کنند، ضمن آنکه بسیاری از مخاطبان اصرار چندانی نیز برای خواندن پیام ندارند، در این صورت بدون گرفتن پیام از مقابل پوستر می‌گذرند، اما اگر نوشته‌های طولانی پوستر، با طرحی زیبا تبدیل به یک عنوان کوتاه و چند سطر با حروف کوچک‌تر شود، شعار کوتاه و درشت در نگاه اول در تیررس نگاه قرار گرفته و به سرعت خوانده می‌شود، این کار انگیزه مخاطبان برای خواندن نوشته‌های ریز را نیز بیش‌تر می‌کند.

باید در نظر داشت اهمیت هر پیامی برای افراد مختلف متفاوت است و قاعده کوتاه بودن پیام اصلی ممکن است برای شرایط مختلف تا حدی نسبی باشد. به طور مثال، تابلویی که با اندازه بزرگ در کنار یک بزرگراه نصب می‌شود، رعایت ایجاز متن و حتی تصاویر، بسیار مهم است، زیرا اگر نوشته‌ها زیاد و طولانی باشند، رانندگان در حال عبور مجالی برای خواندن آن پیدا نمی‌کنند، همچنین ممکن است خواندن پیام طولانی حواس رانندگان را پرت کند، اما در پوسترهایی که برای نصب در تابلوی اعلانات مدارس، دانشگاه‌ها، داخل واگن مترو، ایستگاه اتوبوس یا پیامی که برای رعایت بهداشت، اطلاع‌رسانی از برگزاری نمایشگاه یا همایش‌ها طراحی می‌شوند، شرایط متفاوتی دارند، چون مخاطبان آن رغبت و مجال بیش‌تری برای مطالعه دارند و امکان توقف مخاطب برای خواندن پیام‌های فرعی بیش‌تر از حالت قبل است، لذا ممکن است تعداد واژگان به کار رفته در پوستر زیاد باشد، البته باید شکل بصری واژه‌ها با

موضوع و فضای تصویری پوستر هماهنگ باشد.

- پوسترهایی که برای نصب بر بدنه وسایل متحرک نظیر اتوبوس‌ها، قطار مترو و... طراحی می‌شوند، بهتر است افقی باشند تا فرصت بیش‌تری برای خواندن به مخاطب داده شود. همچنین برای شرایطی که مکان نصب پوستر ثابت و مخاطبان در حرکت باشند؛ نظیر پوسترهایی که در ایستگاه مترو یا دیوارهای کنار جاده طراحی می‌شوند نیز باید افقی باشند تا مخاطبان زمان بیش‌تری هنگام عبور برای دیدن و خواندن، در نتیجه تأثیرپذیری داشته باشند.

- در شرایطی که طراحی پوستر به حالت عمودی، جذابیت و بیان تصویری مطلوب را نداشته باشد، بهتر است برای افزایش تأثیرگذاری از حالت پوستر افقی استفاده شود.

- انتخاب کلمات مناسب برای پیام اصلی نیز بسیار مهم است. در انتخاب کلمات از نظر معنایی و عام‌پسندی باید دقت شود، تا با رعایت سادگی و ایجاد ارتباط نزدیک و صمیمانه با مخاطب تأثیرگذاری مطلوب و هدایت‌کننده داشته باشد.

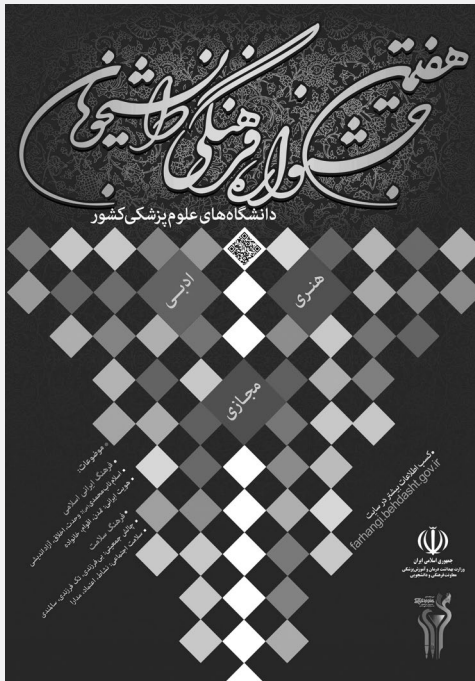
- خلاقیت و نوآوری مهم‌ترین عامل در طراحی پوستر و در مجموع هنر گرافیکی است، با پیشرفت‌های هنری به وجود آمده در هنر گرافیک، این خلاقیت هنری یک گرافیسیت است که به کمک آن می‌توان یک اثر تجسمی و بصری برتر از آثار دیگر هنرمندان خلق کرد. خلاقیت بر اثر تمرین، مطالعه، کسب تجربه و ایده‌گیری از مشاهده آثار دیگران حاصل می‌شود، تجربه، برای هنرمند یک سیر و سلوک و خلاقیت، کشف و شهود است. تجربه هموارکننده راه است، تا خلاقیت در آن پرورش پیدا کند. تجربه اگر با تحصیلات، شناخت و آگاهی آکادمیک همراه شود، توانایی و سرعت خلاقیت را بالا می‌برد. دانش آکادمیک، شامل پایه و اصول طراحی، ترکیب‌بندی و کمپوزیسیون، روابط فرم‌ها و رنگ‌ها و بالاخره نتایج جستجوها و تجربیات هنرمندان و استادان است که به نسل‌های آینده آموزش داده می‌شود. خلاقیت، مفهومی نزدیک به «نوآوری» دارد و نوآوری با هدف ارتقا و رشد انجام می‌شود. در خلاقیت، تمایل به ذهنیت جدید و برداشت نو و اثری تازه وجود دارد.

- در طراحی پوستر، گرافیسیت باید برای دستیابی به نتیجه بهتر و مناسب‌تر و ارتقای کیفی اثر هنری، نگاهی هنرمندانه به موضوعات و محیط اطراف خود داشته باشد. شاید در برخی از شاخه‌های گرافیک، طراح با اتکا به دانش و فهم خود بتواند از ابزار و تکنیک و اتکا به اطلاعات و داده‌های سفارش‌دهنده، آثار موفقی خلق کند؛ اما در طراحی پوستر، طراح باید با مطالعه و نگاهی جستجوگر، تجربه‌گرا و خلاق، ابتدا با پدیده‌ها به صورت پویا روبه‌رو شود، سپس با بیان مؤثر و قوی بصری، دیدگاه و نگرش خود را به مخاطب انتقال دهد.

- در طراحی پوستر باید به جنبه‌های فرهنگی حاکم بر جامعه توجه شود و احترام به ارزش‌های اجتماعی رعایت گردد. وقتی طراح با فرهنگ و روحیه جامعه مخاطب آشنایی عمیق داشته باشد، به آسانی می‌تواند با بیانی آشنا و صمیمانه با مخاطبان ارتباط برقرار کند، البته هویت ملی، زمانی برای یک اثر گرافیکی ارزش محسوب می‌شود که هنرمند به وسیله آن بتواند مخاطب را ترغیب به خواندن پیام خود کند.

- در پوسترهای اجتماعی که هدف آنها تذکر یک مسأله و یا بازداشتن مردم از انجام کاری است، طراح باید آن اندازه قدرت، صراحت و جذابیت در پوستر ایجاد کند که توجه مردم خیلی سریع به پوستر جلب شود و علاوه بر جنبه نصیحت، نکته‌ای برای توجه به آن وجود داشته باشد و اگر قرار باشد انسان را از کاری باز دارد پیام ترساننده و بازدارنده در طرح مشاهده شود.

در تصاویر زیر دو نمونه اثر هنری پوستر مربوط به بیست و یکمین جشنواره مطبوعات و هفتمین جشنواره فرهنگی و هنری دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور مشاهده می‌شود.



### اندازه‌های استاندارد کاغذ

برای اجرای صفحه‌آرایی قبل از انجام هر کاری ابتدا باید قطع نشریه مشخص شود، تا صفحه‌آرا کار هنری و ترکیب گرافیکی را بر اساس قطع استاندارد و مشخص شده در صفحه انجام دهد. انتخاب قطع مناسب برای یک نشریه به فاکتورهایی نظیر سلايق مخاطبان، راحتی دست گرفتن و خواندن آن، امکانات و توانایی چاپی، تناسب زمینه انتشار و محتوا با قطع، سیاست کاری نشریه، استانداردهای قطع کاغذ، چاپ و... بستگی دارد.

شناخت قطع استاندارد کاغذ یکی از عوامل مهم تعیین قطع نشریه به شمار می‌رود که قبل از اجرای صفحه‌آرایی باید مشخص شود. برای این کار باید از قطع استاندارد کاغذ و چاپ اطلاع پیدا کرد.

سیستم استاندارد بین‌المللی ابعاد کاغذ ایزو ۲۱۶ نام دارد. این استاندارد به دلیل پیشرو بودن کشور آلمان در صنایع چاپ و کاغذ بر اساس استانداردهای DIN این کشور شکل گرفته و در حال حاضر به صورت یک استاندارد بین‌المللی در آمده است.

ویژگی سیستم ایزو ۲۱۶ خاصیت مقیاس‌پذیر بودن آن است، چرا که در ابعاد مختلف کاغذهای استاندارد ایزو، نسبت طول به عرض برابر با  $1/4142$  (جذر عدد ۲) رعایت شده است. استاندارد کاغذ ایزو ۲۱۶ برای تقسیم‌بندی کاغذ اولیه (قطع بزرگ) به اندازه‌های استاندارد کوچک‌تر، به سه گروه تقسیم‌بندی می‌شود. در استاندارد ایزو ۲۱۶ نحوه بیان ابعاد یک قطع، با توجه به شیوه نوشتاری لاتین به صورت عرض در طول نوشته می‌شود. به عنوان مثال اندازه‌ی کاغذ A4 به صورت  $297 \times 210$  میلی‌متر نوشته و یا به همین صورت نام‌برده می‌شود. واحد مقیاس استاندارد برای اندازه کاغذها بر حسب «میلی‌متر» است. اندازه قطع کاغذهای مختلف استاندارد با استفاده از نسبت  $1/4142$  (جذر عدد ۲) به دست می‌آید که در برخی ابعاد برای سهولت در کار، عدد اعشاری رند می‌شود. در ادامه تقسیم‌بندی قطع سه گروه استاندارد کاغذ به روش ایزو ۲۱۶ شرح داده می‌شود.

### کاغذهای استاندارد گروه A

تقسیم‌بندی استاندارد کاغذ در این گروه با استفاده از نسبت طول به عرض و از تقسیم طول کاغذ بر عدد  $1/4142$  به دست می‌آید، اندازه استاندارد کاغذ A0 (کاغذ اولیه قبل از تقسیم‌بندی) در این گروه A0 برابر با  $1189 \times 841$  میلی‌متر است، که مساحتی حدود یک مترمربع ( $999949$  میلی‌متر مربع یا  $9999$  سانتی‌متر مربع) دارد. با تقسیم کردن طول کاغذ A0 به دو قسمت مساوی، قطع کاغذ A1 به دست می‌آید ( $841 \times 594$  میلی‌متر) و همین

طور با نصف کردن کاغذ A1 از جهت طول، قطع کاغذ A2 به دست می‌آید که اندازه آن  $۵۹۴ \times ۴۲۰$  میلی‌متر است. در این روش اندازه‌های کاغذ بعدی با نصف کردن کاغذ بزرگ‌تر به دو قسمت مساوی از جهت طولی به دست می‌آید. قطع کاغذ A3 برابر با نصف کاغذ A2 است که  $۴۲۰ \times ۲۹۷$  میلی‌متر می‌باشد و از تقسیم کاغذ قطع A3 کاغذ استاندارد قطع A4 که بسیار متداول است و بسیاری از مشاغل با آن سروکار دارند، با اندازه  $۲۹۷ \times ۲۱۰$  میلی‌متر به دست می‌آید. در سیستم استاندارد گروه A برای تقسیم‌بندی کاغذ و به دست آوردن قطع استاندارد کوچک‌تر تا ۹ بار می‌توان این کار را انجام داد و در نهایت به کوچک‌ترین قطع استاندارد با عنوان A9 با قطع  $۳۷ \times ۵۲$  میلی‌متر دست پیدا کرد.

#### اندازه‌های کاغذهای استاندارد گروه A

A0	۱۱۸۹ × ۸۴۱	میلی‌متر
A1	۸۴۱ × ۵۹۴	میلی‌متر
A2	۵۹۴ × ۴۲۰	میلی‌متر
A3	۴۲۰ × ۲۹۷	میلی‌متر
A4	۲۹۷ × ۲۱۰	میلی‌متر
A5	۲۱۰ × ۱۴۸	میلی‌متر
A6	۱۴۸ × ۱۰۵	میلی‌متر
A7	۱۰۵ × ۷۴	میلی‌متر
A8	۷۴ × ۵۲	میلی‌متر
A9	۵۲ × ۳۷	میلی‌متر

#### کاغذهای استاندارد گروه B

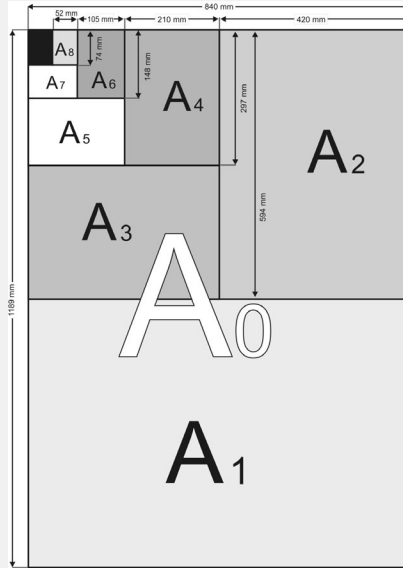
تقسیم‌بندی قطع کاغذ در استاندارد گروه B مقداری بزرگ‌تر از استاندارد گروه A است و اغلب برای کارهای بزرگ‌تر، مانند روزنامه‌ها، پوسترها و... کاربرد دارد. اندازه استاندارد کاغذ B0 (کاغذ اولیه قبل از تقسیم‌بندی) در این گروه  $۱۴۱۴ \times ۱۰۰۰$  میلی‌متر است.

#### کاغذهای استاندارد گروه C

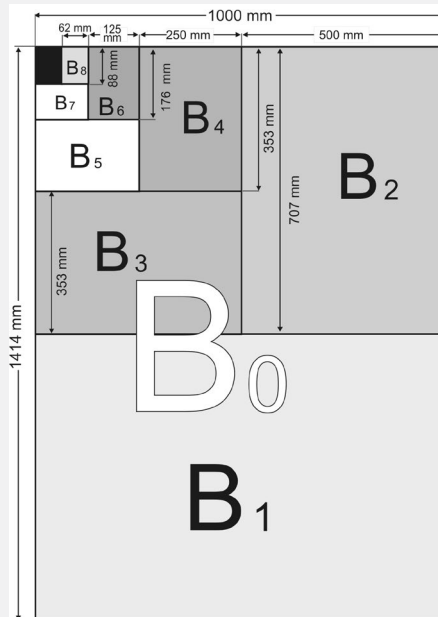
تقسیم‌بندی قطع استاندارد کاغذ در گروه C بیش‌تر برای مصارفی نظیر پاکت، فولدر و... کاربرد دارد و اندازه استاندارد کاغذ C0 در این گروه  $۱۲۹۷ \times ۹۱۷$  میلی‌متر است.



در شکل زیر نمونه‌ای از تقسیم‌بندی کاغذ استاندارد قطع A0 (آ صفر) به قطعات استاندارد کوچک‌تر مشاهده می‌شود.



در شکل زیر تقسیم‌بندی کاغذ استاندارد قطع B0 (بی صفر) به قطعات استاندارد کوچک‌تر مشاهده می‌شود.







بخش پنجم

دستور العمل اجرے ضوابط ناظر بر فعالیت  
نشریات کتبچیہ

## 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 دانشجویان، 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 زیر 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 و نشریات الکترونیکی که با نام ثابت و تاریخ نشر در زمینه‌های 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 می گیرند.

**تبصره ۲-** نشریات علمی که توسط هیأت علمی، دانشجویان، تشکل های دانشجویی یا انجمن های علمی دانشجویی منتشر می شوند، مشمول این آیین نامه هستند.

**تبصره ۳-** نشریات دانشگاهی می توانند ویژه نامه هایی به مناسبت های مختلف منتشر کنند.

**تبصره ۴-** وبلاگ ها و سایت های شخصی دانشجویان و اعضای هیأت علمی که از نشان دانشگاه یا تشکل های دانشگاه استفاده نمی کنند، از شمول این آیین نامه خارج اند.

**تبصره ۵-** پردیس های دانشگاهی، خوابگاه ها، بیمارستان های آموزشی، مراکز بهداشتی- درمانی و اردوگاه ها در حکم محدوده دانشگاه محسوب می شوند و توزیع نشریات دانشگاهی در خارج از محدوده دانشگاه ها، منوط به کسب مجوز از مراجع ذیربط است.

**تبصره ۶-** علاوه بر توزیع نشریات دانشگاهی در محل دفتر نشریه یا دفتر تشکل (اعم از تشکل های اسلامی، شورای صنفی، انجمن های علمی، کانون های فرهنگی و...) یا دستگاه صاحب امتیاز نشریه، دانشگاه ها موظف به تعیین محل های مناسب در داخل محدوده دانشگاه (بر اساس تعریف تبصره ۵) برای توزیع نشریات دانشگاه می باشد. توزیع نشریات در خارج از این مکان ها تخلف محسوب می شود.

**ماده ۲-** منظور از دانشگاه در این دستورالعمل کلیه دانشگاه ها، 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 می شوند.

**ماده ۳-** کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی بر اساس بند ۱ ماده ۲ ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، در هر دانشگاه کمیته ای تحت عنوان (کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی) - که در این دستورالعمل به اختصار (کمیته ناظر) نامیده می شود - زیر نظر (شورای فرهنگی دانشگاه) تشکیل می شود.

**ماده ۴-** ترکیب کمیته ناظر به شرح زیر است:

۱- معاون دانشجویی فرهنگی دانشگاه (رییس کمیته)؛

۲- نماینده تام الاختیار 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 مسؤول نشریات به انتخاب مدیران مسؤول 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 مسؤول را برگزار کنند و طی این یک ماه کمیته می‌تواند بدون حضور نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی تشکیل شود.

**تبصره ۲-** شیوه‌نامه انتخاب نمایندگان مدیران مسؤول 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 مسؤول اقدام کند.

**تبصره ۴-** اعضای انتخابی کمیته ناظر برای مدت یک سال با ابلاغ رییس دانشگاه انتخاب می‌شوند.

**تبصره ۵-** چنانچه نماینده اصلی مدیران مسؤول عضو کمیته ناظر بر اساس شیوه‌نامه مصوب شورای مرکزی ناظر، شرایط عضویت در کمیته ناظر را از دست بدهد عضو علی‌البدل جایگزین وی خواهد شد.

**تبصره ۶-** دبیرخانه کمیته ناظر در حوزه معاونت دانشجویی و فرهنگی دانشگاه مستقر و با مسؤولیت 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 مشتکی‌عنه (آن که از او شکایت شده) باشد، در زمان رسیدگی به شکایت، حق رای نخواهد داشت.

**تبصره ۲-** دبیرخانه کمیته ناظر موظف است صورتجلسات کمیته را به طور مرتب به دبیرخانه 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 مسؤول، 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 مسؤول نشریات دانشگاهی به انتخاب مدیران مسؤول 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 مسؤول 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 مسؤؤل 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. مسؤولیت تشخیص استمرار شرایط عضویت نماینده مدیران مسؤؤل 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 مسؤول، 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 به‌عنوان 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 به‌عنوان 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 مسؤول 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 به‌عنوان مدیر مسؤول؛

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 می تواند مدیر مسؤول نشریه اداره متبوع خود باشد.

تبصره ۳- افراد مشمول بند دو پس از یک سال از تاریخ اتمام محرومیت می توانند به عنوان مدیر مسؤول نشریات دانشگاهی فعالیت کنند و در صورت محرومیت مجدد این افراد به طور دائم محروم می شوند.

تبصره ۴- در صورتی که مدیر مسؤول یکی از شرایط را از دست بدهد، صاحب امتیاز موظف است ظرف یک ماه مدیر مسؤول جدید را به کمیته ناظر معرفی کند، در غیر این صورت امتیاز نشریه لغو می شود. کمیته ناظر موظف است ظرف مدت دو 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 مسؤول 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 نمی تواند در زمان واحد صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر بیش از یک نشریه باشد.

ماده ۱۷- در صورتی که تقاضا نامه ها ناقص یا متقاضیان امتیاز یا مدیران مسؤول 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 مسؤول، 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 نشریه ای 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 می تواند 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 مبدا) است.

ماده ۲۰- اتحادیه ها و تشکل های دانشگاهی، مجامع فرهنگی و شوراهای صنفی دانشجویی دارای مجوز رسمی، که در بیش از یک دانشگاه فعالیت داشته و متقاضی انتشار نشریه باشند، می توانند 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 مسؤول 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 می تواند 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- مسؤولیت کلیه مطالب مندرج در نشریه به عهده مدیر مسؤول 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 قانع کننده، مجوز نشریه لغو می شود.



**ماده ۲۶-** صاحب امتیاز در خواست خود را مبنی بر انتقال امتیاز نشریه به دیگری با تغییر مشخصات ذکر شده در فرم در خواست مجوز نشریه (اعم از مدیر مسؤول، 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.

### بخش سوم

#### حقوق نشریات دانشگاهی

**ماده ۲۷-** نشریات دانشگاهی از کلیه حقوق مَصْرَح 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 در صدد 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 مسؤولان 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 مسؤولیت 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 اخلاص 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، افتراء، 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 حرفی 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 افتراء 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 محقق 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 ۳۲- در صورت شکایت شاکی خصوصی از یک نشریه مبنی بر مشتمل بر تهمت، افتراء، فحش و الفاظ رکیک یا نسبت‌های توهین آمیز و نظایر آن نسبت به اشخاص، تهدید و هتک شرف یا حیثیت یا افشای اسرار شخصی، به یکی از تنبیهات بندهای ۵ تا ۹ ماده ۴۰ محکوم می‌گردد.

ماده ۳۳- 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 ۳۴- 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 ۳۵-** 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 ۳۶-** 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 ۱-** مدت رسیدگی به پرونده نشریه‌ای که از ادامه انتشار آن جلوگیری شده‌است 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 یک‌سال نمی‌تواند صاحب امتیاز، مدیر مسؤول 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 مسؤول نشریه جهت تصمیم‌گیری مقتضی 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 مسؤول نشریه از تصدی این سمت تا ۶ ماه؛

- ۶- محرومیت مدیر مسؤول 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 مسؤول از تصدی این سمت تا یک سال؛
- ۱۳- منع دائم انتشار نشریه و محرومیت مدیر مسؤول 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 مسؤول 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، یا 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 مسؤول 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 هر گونه 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 ۱-** 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.



بخش ششم

استعلامہ ایضوطناظر  
بزنس ریٹکنش گاہ

## استعلام‌های ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی

نشریات دانشجویی همواره رسالت نشر و تبیین اندیشه‌های قشر فرهیخته دانشگاهی را بر دوش داشته و توانسته است نقش تأثیرگذار خود را در جریان‌ات مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی کشور اثبات نماید.

در این راستا موج آزاد اندیشی و تأکیدات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در تحقق این مهم بیش از پیش جایگاه نشریات دانشگاهی را به‌عنوان رسانه‌های پویا و تربیون آزاد اندیشی در دانشگاه مورد توجه قرار داده که همت مضاعف دست‌اندر کاران نشریات در جهت توانمندسازی و ایجاد ساختار منظم و قانونی در نشریات دانشگاهی سراسر کشور را طلب می‌نماید.

بر همین اساس شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت علوم تحقیقات و فناوری پس از بررسی استعلامات رسیده به دبیرخانه این شورا از سوی دانشگاه‌های سراسر کشور، رفع برخی شبهات دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی و اجرای هر چه دقیق‌تر مفاد این دستورالعمل را لازم دانسته و با هدف تبیین مفاد این دستورالعمل و فراهم نمودن ضوابط روشن و شفاف در جهت بهینه‌سازی دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی اقدام به تهیه و تنظیم این مجموعه نموده است.

امید است این مجموعه یاری‌گر عزیزان کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه‌ها و فعالین نشریات دانشجویی در اجرای هر چه بهتر قوانین مربوطه باشد.

دبیرخانه شورای مرکزی ناظر بر نشریات

وزارت علوم تحقیقات و فناوری

تیرماه ۱۳۹۲



**پرسش ۱:** آیا شرکت در دوره‌های آموزشی برای صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر نشریاتی که قبل از ابلاغ دستورالعمل ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی داری مجوز بوده‌اند الزامی است؟

با توجه به ماده ۱۵ و ۴۹ دستورالعمل اجرایی شرکت در دوره‌های آموزشی الزامی و در صورت عدم گذراندن دوره آموزشی فوق، مطابق تبصره ماده ۴۹ عمل گردد.

**پرسش ۲:** آیا تشکل‌ها، کانون‌ها و نهادهای حقوقی دانشجویی می‌توانند بیش از یک نشریه منتشر نمایند؟

با رعایت مفاد تبصره یک و دو ماده ۱۲ و به شرط رعایت محدودیت و شرایط مدیر مسؤول و سردبیر انتشار بیش از یک نشریه منعی ندارد.

**پرسش ۳:** در دانشگاه‌هایی که معاونت دانشجویی و فرهنگی به تفکیک وجود دارند ریاست کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی با کدام معاونت است؟

در این دسته از دانشگاه‌ها، ریاست کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی با معاونت فرهنگی است.

**پرسش ۴:** آیا تشکل‌های غیراداری کارمندی از جمله شورای صنفی کارمندان، حق انتشار نشریات دانشگاهی را دارند؟

با توجه به بند یک ماده ۱۳، متقاضی امتیاز نشریه می‌بایست یکی از دانشجویان، یا اعضای هیأت علمی به‌عنوان شخص حقیقی یا تشکل، نهاد، انجمن، کانون یا یکی از بخش‌های دانشگاه یا هر شخص حقوقی دیگر باشد، در مورد تشکل‌های غیراداری کارمندی (منوط به این که مجوز فعالیت داشته باشند)، همه دست‌اندرکاران نشریه باید غیردانشجو باشند.

**پرسش ۵:** نشریه‌های دانشجویی که درخواست انتشار در کلیه دانشگاه‌های کشور را دارند چگونه باید نسبت به صدور مجوز اقدام کنند؟

طبق ماده ۱۹، دستورالعمل اجرایی اقدام گردد.

**پرسش ۶:** آیا تبلیغ نشریه قبل از اخذ مجوز جایز است یا خیر؟

خیر؛ تبلیغ نشریه قبل از اخذ ممنوع است.

پرسش ۷: آیا درج بیانیه‌ها، اطلاعیه‌ها، و مواضع احزاب و گروه‌های سیاسی که طبق قانون ممنوعیت فعالیت داشته و غیرقانونی هستند، در نشریات دانشجویی جایز است؟

❖ خیر؛ با عنایت به ماده ۶ قانون مطبوعات، طبق ماده ۳۹ دستورالعمل اجرایی اقدام و گزارش به شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی ارسال گردد.

پرسش ۸: آیا استفاده از نام نشریاتی که سال‌ها قبل فعالیت داشته و به دلیل فارغ‌التحصیل شدن یا عدم معرفی جایگزین مدتی فعال نبوده‌اند، برای متقاضی جدید مجاز است؟

❖ در صورتی که فعالیت جدیدی باشد بلامانع است و سیر طبیعی درخواست مجوز می‌بایست طی گردد، ضمناً ماده ۲۶ دستورالعمل اجرایی لحاظ گردد.

پرسش ۹: آیا دانشجو می‌تواند به طور همزمان در دو نشریه مسؤولیت‌های متفاوتی داشته باشد، مثلاً در نشریه «الف» مدیر مسؤول بوده و در نشریه «ب» صاحب امتیاز یا سردبیر باشد؟

❖ خیر؛ طبق ماده ۱۶، دستورالعمل اجرایی هیچ کس نمی‌تواند در زمان واحد صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر بیش از یک نشریه باشد.

پرسش ۱۰: آیا انتشار نشریات دانشجویی که در گذشته مجوز گرفته و هنوز مجوز آن‌ها باطل نگردیده است، منوط به حضور در کارگاه آموزشی می‌باشد؟

❖ با توجه به ماده ۱۵ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، شرکت در دوره‌های آموزشی الزامی و در صورت عدم گذراندن دوره آموزشی فوق، مطابق تبصره واحد ماده ۴۹، عمل گردد.

پرسش ۱۱: آیا دانشجو می‌تواند هر سه مسؤولیت یک نشریه را «صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر» به تنهایی دارا باشد؟

❖ بله؛ با رعایت مفاد ماده ۱۶ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی.

پرسش ۱۲: در صورتی که یکی از مسؤولین واحدهای اداری دانشگاه هیأت علمی و کارمند نباشد، ولی دارای قرارداد پژوهشی باشد، آیا می‌تواند صاحب امتیاز یا مدیر مسؤول یا سردبیر شود؟

❖ هر یک از مسؤولان واحدهای اداری دانشگاه می‌تواند مدیر مسؤول باشد، ولی افرادی که دارای قرارداد پژوهشی می‌باشند مجاز به این امر نیستند. (ماده ۱۴)

پرسش ۱۳: آیا عضو علی‌البدل حق حضور در جلسات کمیته ناظر را دارد یا خیر؟

❖ با موافقت اعضای اصلی منعی برای حضور علی‌البدل در جلسات کمیته ناظر

وجود ندارد.

**پرسش ۱۴:** آیا مصوبات کمیته ناظر بر نشریات را شورای فرهنگی دانشگاه باید تأیید کند یا نیازی به تأیید شورا نمی‌باشد؟

ضرورتی ندارد، مصوبات تنها در صورت شکایت و اختلاف به شورای فرهنگی ارجاع داده می‌شود.

**پرسش ۱۵:** آیا به دلیل مشابهت اسمی یک نشریه دانشجویی با یک نشریه سراسری لزومی به تغییر نام نشریه وجود دارد یا خیر؟

خیر؛ نام متشکل از لوگو، اسم، محدوده فعالیت و... می‌باشد. اگر بین دو نشریه تشابه کامل باشد ایراد وارد است و ذینفع می‌تواند مدعی باشد.

**پرسش ۱۶:** چنانچه دانشجویی در سوابق تحصیلی خود دارای یک ترم مشروطی است، پس از اخذ مجوز و فعالیت در نشریه به‌عنوان مدیر مسؤول، در ترم متوالی بعد نیز مشروط گردد وضعیت مدیر مسؤولی وی چگونه خواهد بود؟

از آنجا که مدیر مسؤول یکی از شرایط لازم برای مدیر مسؤولی را که در ماده ۱۴ دستورالعمل اجرایی آمده از دست داده است می‌بایست تبصره ۴ ماده فوق الذکر اقدام گردد.

**پرسش ۱۷:** چنانچه نشریه‌ای که مدیر مسؤول آن عضو اصلی یا علی‌البدل کمیته ناظر دانشگاه مربوطه باشد و طبق بند ۹ ماده ۴۰ به مدت یک سال توقیف موقت شده باشد و هنوز مهلت حکم صادره به پایان نرسیده باشد آیا می‌تواند حق رأی در جلسات کمیته ناظر و انتخابات داشته و در آن‌ها شرکت نماید؟

طبق تبصره ۵ ماده ۴ دستورالعمل اجرایی اقدام گردد.

**پرسش ۱۸:** لوگوی یک نشریه از نظر حقوقی متعلق به صاحب امتیاز است یا مدیر مسؤول یا هر دوی آن‌ها؟

نام و لوگوی یک نشریه از نظر حقوقی متعلق به صاحب امتیاز است.

**پرسش ۱۹:** اگر مدیر مسؤولی که یکی از اعضای اصلی کمیته ناظر می‌باشد به محرومیت موقت یک سال از مدیر مسؤولی محکوم شود، عضویت ایشان در کمیته ناظر چگونه است؟

در صورت محرومیت قطعی، طبق تبصره ۵ ماده ۴ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی اقدام گردد.



پرسش ۲۰: آیا نشریات دانشجویی مجاز به درج آگهی تبلیغاتی در نشریه به منظور تأمین بخشی از هزینه‌های خود می‌باشند؟

◀▶ نشریات دانشجویی در جذب آگهی‌های تبلیغاتی و حامی (اسپانسر) به منظور تأمین بخشی از هزینه‌های خود صرفاً تحت نظارت کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه مجاز می‌باشند.

پرسش ۲۱: با توجه به بند ۵ ماده ۱۴، آیا جهت تعیین عدم شهرت به فساد اخلاقی مدیر مسؤول و سردبیر، می‌بایست از حراست دانشگاه استعلام گردد یا خیر؟

◀▶ منعی ندارد، در هر صورت مرجع تشخیص کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه می‌باشد.

پرسش ۲۲: با توجه به این که برخی از عناوینی که برای نشریات توسط دانشجویان انتخاب می‌گردد به زبان غیر فارسی می‌باشد خواهشمندم نظر شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی را در خصوص نامگذاری نشریات علمی گروه‌های زبان‌های خارجی به نام‌های غیر فارسی، اعلام فرمایید. در ضمن در صورت امکان قوانین و محدودیت‌های نامگذاری نشریات دانشگاهی را نیز ابلاغ فرمایید.

◀▶ انتخاب اسامی غیر فارسی تا آنجا که مغایرتی با فرهنگ و ارزش‌های ملی و دینی -اسلامی نداشته باشد، اشکالی ندارد مسؤولیت اعلام نظر در خصوص اسامی پیشنهادی نشریات دانشگاهی به عهده کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی مربوطه است.

پرسش ۲۳: با توجه به اینکه برخی دانشجویان متقاضی مدیر مسؤولی یا سردبیری نشریات دانشجویی، به دلیل عدم وجود سابقه فعالیت نشریاتی و عدم تجربه کافی برای پذیرش این مسؤولیت، دچار اشتباهات فاحش و غیر قابل جبران می‌شوند و احیاناً مورد سوء استفاده قرار می‌گیرند، خواهشمندم نظر شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی را در این خصوص که آیا برای اعطای مجوز مدیر مسؤولی و سردبیری نشریات، شرط داشتن فعالیت نشریاتی (فعالیت در نشریات دیگر به‌عنوان نویسنده یا هیأت تحریریه) را می‌توان جزء شروط اعطای مجوز در نظر گرفت، اعلام فرمایید؟

◀▶ خیر؛ بر اساس ماده ۱۵ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی انتشار نخستین شماره نشریه منوط به طی دوره آموزشی و اخذ گواهی پایان دوره توسط صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر بر اساس برنامه آموزشی مصوب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی است.

پرسش ۲۴: استفاده از نام مستعار یا خلاصه‌نویسی نام مثلاً «ع.ک.» در مقالات دانشجویی

مجاز است؟

◀▶ بله؛ منوط به آن که هویت نویسنده برای نشریه و مدیران آن محرز باشد.

**پرسش ۲۵:** در صورتی که مدیر مسؤول یا سردبیر از اساتید دانشگاه باشند آیا لزومی به گذراندن کارگاه آموزشی نشریات و اخذ گواهی است؟

◀▶ این افراد ملزم هستند طی نامه‌ای اطلاع از مقررات و التزام به آن‌ها را متعهد شوند. همچنین پیشنهاد می‌شود که بسته دوره‌های آموزشی برای این افراد ارسال شود.

**پرسش ۲۶:** منظور از انتشاردهنده در ماده ۳۸ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی فقط مدیر مسؤول است و یا سردبیر و صاحب امتیاز نیز شامل می‌شود؟

◀▶ در ماده ۳۸ منظور از انتشار دهنده هر سه نفر (صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر) می‌باشند.

**پرسش ۲۷:** آیا دست‌اندرکاران نشریه می‌توانند بیش از یک دانشگاه باشند مثلاً صاحب امتیاز از دانشگاه الف مدیر مسؤول از دانشگاه ب و سردبیر از دانشگاه ج باشد؟

◀▶ خیر؛ زیرا امکان رسیدگی به تخلفات اجتماعی دست‌اندرکاران نشریه توسط دانشگاه صادر کننده مجوز نشریه وجود ندارد.

**پرسش ۲۸:** آیا شخصی که از کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه مجوز نشر دریافت نموده برای نشریه الکترونیکی آن هم باید جداگانه مجوز بگیرد؟

◀▶ اگر توزیع فایل نشریه در قالب سی دی و... مدنظر باشد نیازی به مجوز نیست. در غیر این صورت می‌بایست از کمیته ناظر درخواست تبدیل وضعیت نماید.

**پرسش ۲۹:** اگر یک تشکل دانشجویی صاحب امتیاز نشریه‌ای باشد و به دلیلی محروم شود، آیا سایر نشریات آن تشکل نیز محروم می‌شود و یا فقط همان نشریه مورد توبیخ قرار می‌گیرد؟

◀▶ اگر شخص حقوقی محروم شود، کل نشریات آن تشکل محروم می‌شوند، ولی در مواردی خاص که ایراد فقط به یک نشریه وارد است، فقط همان نشریه محروم می‌شود.

**پرسش ۳۰:** اگر دانشجویی دارای گواهی روزنامه‌نگاری کشوری باشد آیا جهت انتشار نشریه خود نیاز به حضور در کارگاه آموزشی نشریات دارد؟

◀▶ طبق ماده ۱۵ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، انتشار



نخستین شماره نشریه منوط به طی دوره آموزشی و اخذ گواهی پایان دوره توسط صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر بر اساس برنامه آموزشی شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشجویی است.

**پرسش ۳۱:** در دستورالعمل اجرایی قسمت مشخصات صاحب امتیاز، مدیر مسؤول، و سردبیر قید شده است «دو نیمسال تحصیلی و حداقل ۲۸ واحد درسی گذرانده شود» آیا هر دو با هم ملاک می باشد؟ یعنی اگر دانشجویی دو نیم سال تحصیلی را گذرانده باشد و در این دو نیمسال موفق به گذراندن ۲۸ واحد درس نشده باشد، تکلیف چیست؟

◀▶ طبق ماده ۱۴، بند ۴، یکی از شرایط مدیر مسؤول گذراندن دو نیم سال تحصیلی و حداقل ۲۸ واحد درسی می باشد که طبق مقررات آموزشی حداقل واحد برای احتساب نیم سال (ترم) ۱۴ واحد است، لذا فرد باید دو ترم و ۲۸ واحد درسی را گذرانده باشد.

**پرسش ۳۲:** با توجه به تبصره ۲ ماده ۱۲ دستورالعمل اجرایی در صورتی که نشریه‌ای تخلف کند مطابق کدام ماده با آن باید برخورد شود؟

◀▶ چنانچه نشریه‌ای از ماده ۱۲ دستورالعمل مبنی بر این که «نشریات دانشجویی موظفند صرفاً در زمینه‌هایی که مجوز اخذ کرده‌اند به فعالیت بپردازند» تخلف کند، متناسب با ابعاد تخلف، کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها می توانند بنا به تشخیص خود و بر اساس بندهای ماده ۴۰ با آن نشریه برخورد نمایند.

**پرسش ۳۳:** در صورتی که نشریه‌ای بدون اخذ مجوز از کمیته ناظر مدیر مسؤول را عوض نماید آیا می توان مطابق ماده سی و هشتم با آن نشریه برخورد کرد یا خیر؟

◀▶ این ماده متناسب نمی باشد. در این مورد صاحب امتیاز متخلف شناخته شده و مطابق ماده ۴۰ در مورد نشریه و صاحب امتیاز تصمیم‌گیری می شود.

**پرسش ۳۴:** اعضای دست‌اندرکار در انتشار ویژه‌نامه‌ها (که تحت عنوان یک نشریه منتشر می شوند) باید اعضای همان نشریه باشند؟

◀▶ نشریات تنها می توانند برای ویژه‌نامه‌های خود «دبیر تحریره» علاوه بر صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر نشریه معرفی نمایند که کارگاه آموزشی نشریات را گذرانده باشد.

**پرسش ۳۵:** آیا لازم است محتوای ویژه‌نامه متناسب با زمینه انتشار باشد؟

◀▶ بله.

پرسش ۳۶: آیا ویژه‌نامه‌ها می‌توانند نام یا لوگوی مستقل داشته باشند و فقط به درج «ویژه‌نامه نشریه» بسنده نمایند؟

تنها درج عنوان ویژه‌نامه امکان‌پذیر است بدون آن که نام یا لوگوی نشریه تغییر کند. «ویژه‌نامه» عبارت است از نسخه‌ای از یک نشریه دارای مجوز و سابقه انتشار که خارج از نوبت انتشار (هفته، ماه، فصل و...) یا به مناسبت خاصی منتشر می‌شود. مطالب ویژه‌نامه‌ها عموماً عطف به یک موضوع خاص و محتوای تخصصی‌تر و منطبق بر رویکرد محتوایی نشریه است و می‌تواند به لحاظ صفحه‌آرایی، آرایش مطالب و قطع ویژه‌نامه با شکل اصلی نشریه متفاوت باشد.

پرسش ۳۷: آیا صاحب امتیاز باید حداقل ۵ نام به ترتیب اولویت برای نام نشریه به کمیته ناظر پیشنهاد دهد یا خیر؟

خیر؛ لزومی ندارد.

پرسش ۳۸: کمیته ناظر در تصویب نام نشریه می‌بایست، چه ملاک و معیارهایی را در نظر گیرد؟

عنوان یا عناوین پیشنهادی نباید مغایرتی با فرهنگ و ارزش‌های ملی و دینی - اسلامی داشته باشد.

پرسش ۳۹: آیا همه نهادها و تشکل‌های دانشگاه جهت انتشار نشریه می‌بایست از کمیته ناظر اخذ مجوز کنند؟

بله؛ با توجه به ماده ۱ و بند ۱ ماده ۶ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی مصوب جلسه ۵۴۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی، کلیه نشریاتی که از سوی هر یک از دانشجویان، تشکل‌ها و نهادهای دانشگاهی، استادان و اعضای هیأت علمی یا گروهی از ایشان در دانشگاه‌ها منتشر و در محدوده دانشگاه توزیع شوند، نشریات دانشگاهی محسوب شده و مرجع صدور مجوز آن‌ها کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه مربوطه می‌باشد.

پرسش ۴۰: آیا فرد غیر دانشجو می‌تواند در نشریه دانشجویی مطلب و مقاله بنویسد؟

اگر محتوای مطلب در چارچوب سیاست‌های نشریه باشد، مانعی ندارد. در هر صورت مدیر مسؤول پاسخگو است.

پرسش ۴۱: آیا نشریات اجازه دارند تبلیغ نشریه خود را در سطح دانشگاه بر روی بیلبورهای

تبلیغاتی و دیوار دانشگاه نصب نمایند؟

◀▶ با اجازه کمیته ناظر منعی ندارد پیشنهاد می‌گردد، مکانی جهت نصب تبلیغات نشریات مشخص گردد.

پرسش ۴۲: با در نظر گرفتن ماده ۱۶ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشجویی و با توجه به اینکه صاحب امتیاز نشریه علمی دبیر انجمن علمی می‌باشد، آیا آن انجمن می‌تواند چند نشریه داشته باشد؟

◀▶ در صورتی که صاحب امتیاز شخص حقوقی مانند: تشکل، انجمن، نهاد و ... باشد منعی ندارد، اما اگر صاحب امتیاز شخص حقیقی (دبیر و...) باشد رجوع به ماده ۱۶.

پرسش ۴۳: آیا می‌توان از افرادی مانند نماینده بسیج دانشجویی و یا و... جهت شرکت در جلسات کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دعوت نمود؟

◀▶ با تأیید اعضاء کمیته منعی ندارد.

پرسش ۴۴: حداقل و حداکثر زمانی که در فرم درخواست مجوز نشریه برای گاهنامه تعیین شده چقدر است؟

◀▶ این مورد می‌بایست با توافق کمیته ناظر و عوامل نشریه تعیین گردد.

پرسش ۴۵: آیا اعضای هیأت علمی بازنشسته می‌توانند در نشریه دانشگاهی فعالیت داشته باشند؟

◀▶ فعالیت عضو هیأت علمی بازنشسته در نشریه ای که قبل از بازنشستگی به عنوان صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و یا سردبیر آن نشریه فعالیت داشته است در صورت استمرار همکاری وی با دانشگاه و تأیید کمیته ناظر دانشگاه مربوطه بلامانع است.

پرسش ۴۶: با توجه به درخواست یکی از خبرگزاری‌ها مبنی بر قرار گرفتن نشریات دانشگاهی بر روی سایت خبرگزاری نحوه همکاری با این خبرگزاری به چه صورت می‌باشد؟

◀▶ با استناد به ماده ۱ و تبصره ۵ ماده ۱ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی با درخواست مذکور مخالفت گردید.

پرسش ۴۷: اعضای هیأت علمی کمیته ناظر بر نشریات از چه مرجعی معرفی می‌شوند؟

◀▶ طبق دستورالعمل اجرایی تمام اعضای شورای فرهنگی دانشگاه می‌توانند اعضای پیشنهادی را معرفی نمایند.



**پرسش ۴۸:** نحوه مدیریت و فعالیت نشریات دانشجویی در فضای مجازی چگونه است؟ و راه اندازی وبلاگ به چه صورت می‌باشد؟

تمام نشریات الکترونیکی مانند نشریات کاغذی برای فعالیت نیاز به مجوز دارند و در صورت تخلف طبق دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی به تخلفات آنها رسیدگی می‌شود و تفاوت این دو در این است که نشریات الکترونیکی محدود به زمان و مکان نمی‌باشند.

**پرسش ۴۹:** نحوه انتخاب رئیس کمیته ناظر بر نشریات در صورت نبودن معاون فرهنگی و اجتماعی و یا دانشجویی و مدیر فرهنگی به چه صورت می‌باشد؟

با توجه به ماده ۳ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، که کمیته ناظر نشریات دانشگاهی زیر نظر شورای فرهنگی دانشگاه تشکیل می‌شود، بنابر این ترجیحاً رئیس دانشگاه به عنوان رئیس کمیته انتخاب شوند.

**پرسش ۵۰:** آیا امکان صدور مجوز نشریه برای دانشجویانی که در کمتر از شش ماه فارغ‌التحصیل می‌شوند وجود دارد؟

به استناد بند ۱ ماده ۱۳ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، مادامی که دانشجو فارغ‌التحصیل نشده است می‌تواند از داشتن مجوز نشریه برخوردار باشد.

**پرسش ۵۱:** آیا دریافت تذکر کتبی از کمیته ناظر مربوط به بند ۲ از ماده ۱۴ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی می‌باشد؟

به استناد بند ۲ ماده ۱۴ و مفاد ماده ۴۰ (بخش تنبیهات) دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، تذکر کتبی در پرونده انضباطی درج نمی‌شود در نتیجه محرومیتی برای ادامه فعالیت نشریه ایجاد نمی‌کند.

**پرسش ۵۲:** آیا شاکی می‌تواند حکم ابلاغ شده توسط کمیته ناظر بر نشریات را در نشریات دانشجویی منتشر نماید؟

اگر چه از نظر قانونی منعی وجود ندارد، لیکن حفظ مصالح عمومی دانشگاه مورد تاکید می‌باشد.

**پرسش ۵۳:** آیا شورای فرهنگی دانشگاه با وجود مخالفت کمیته ناظر بر نشریات مبنی بر صدور مجوز برای نشریه می‌تواند مجوز نشریه صادر نماید؟



◀◀ به استناد ماده ۷ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، شورای فرهنگی هر دانشگاه مرجع تجدید نظر در تصمیمات و آرای کمیته ناظر همان دانشگاه می‌باشد.

**پرسش ۵۴:** آیا مسؤولان فرهنگی و حراست دانشگاه مجاز به ممیزی قبل از چاپ نشریات دانشجویی می‌باشند؟

◀◀ با توجه به بند ۲ ماده ۲۷ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی هیچ مقام دولتی و غیر دولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله ای در صدد اعمال فشار بر نشریات برآید یا به سانسور و کنترل محتوای نشریات مبادرت ورزد.

**پرسش ۵۵:** آیا می‌توان نشریات دانشگاهی را در مکان‌های اردوهای فرهنگی و معارفه دانشجویان جدید السورود توزیع نمود؟

◀◀ با توجه به تبصره ۵ ماده ۱ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی توزیع نشریات در این محدوده بلامانع می‌باشد.

**پرسش ۵۶:** با توجه به احراز شرایط مدیر مسؤول و سردبیر مبنی بر اتمام سنوات تحصیلی دانشجو؛ آیا دانشجویی با این شرایط میتواند درخواست نشریه داشته باشد؟

◀◀ طبق تبصره ۱ ماده ۱۴ تا زمانی که دانشجو فارغ‌التحصیل نشده است می‌تواند درخواست مجوز نشریه داشته باشد.

**پرسش ۵۷:** آیا تشکل‌های دانشجویی می‌توانند دوره آموزشی مربوط به نشریات برگزار نموده و گواهی صادر نمایند؟

◀◀ برگزاری دوره نشریات و ارائه گواهی توسط تشکل‌ها موضوعیت ندارد و کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی هر دانشگاه مرجع صدور گواهی آموزشی موردقبول شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی می‌باشد.

**پرسش ۵۸:** در انتخابات کمیته‌های ناظر اگر نفر اصلی و علی‌البدل دارای تعداد رای یکسان باشند انتخاب آنان به چه صورت خواهد بود؟

◀◀ طبق ماده ۱۵ شیوه‌نامه انتخابات نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی در چنین وضعیتی در کمیته‌های ناظر و شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی، انتخاب طبق قرعه کشی صورت می‌گیرد.

**پرسش ۵۹:** آیا مدیران مسؤول نشریاتی که طبق دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر

نشریات از اعضای هیات علمی و یا مسؤول امور اداری واحدهای دانشگاهی می‌باشند می‌توانند به عنوان کاندیدا معرفی شوند و یا دارای حق رای باشند؟

طبق بند ۱ ماده ۱۴ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی، مدیر مسؤول می‌تواند دانشجو یا عضو هیات علمی و یا مدیر یکی از واحدهای اداری باشد در نتیجه می‌تواند به عنوان کاندیدا هم معرفی شده و حق رای نیز داشته باشند.

**پرسش ۶۰:** آیا فرمانداری شهر می‌تواند درخواست نماید نشریه دانشجویی بلافاصله پس از چاپ به واحد سیاسی فرمانداری ارسال گردد؟

طبق قانون هیچ الزامی به این کار نمی‌باشد.

**پرسش ۶۱:** آیا بروشورهایی با محتوای علمی و فرهنگی یا سیاسی توسط تشکل‌های دانشجویی که بعضاً دارای تخلفاتی از قوانین آیین‌نامه نشریات می‌باشند، اجازه توزیع در سطح دانشگاه را دارند؟

بر اساس قوانین بالادستی به‌آیین‌نامه هیات نظارت بر تشکل‌های اسلامی رجوع شود.

**پرسش ۶۲:** آیا مدیر مسؤول نشریه‌ایی که عضو کمیته ناظر دانشگاه است و این نشریه به دلیل انتشار مطالب خلاف عفت عمومی توقیف شده، میتواند همچنان به عنوان مدیر مسؤول در جلسات کمیته ناظر شرکت کند؟

با توجه به اینکه حکم صادره مربوط به نشریه می‌باشد نه مدیر مسؤول، بنابراین عضویت مدیر مسؤول در جلسات بلامانع است.

**پرسش ۶۳:** آیا دانشجویی که سابقه محکومیت داشته است، پس از گذشت یکسال از تاریخ اتمام محرومیت می‌تواند به عنوان صاحب امتیاز فعالیت کند؟ با توجه به اینکه محکومیت مجدد منجر به محرومیت دائم می‌شود آیا این محکومیت مربوط به مقطع فعلی دانشجو می‌باشد یا مربوط به مقاطع بالاتر نیز می‌گردد؟

محرومیت و یا محکومیت مندرج در تبصره ۱ ماده ۱۳ و تبصره ۳ ماده ۱۴ با نظر به بند ۲ ماده ۱۳ و بند ۲ ماده ۱۴ و تبصره ۵ آن درباره صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سردبیر نشریات دانشگاهی، ناظر بر مقطع کنونی است و لفظ دائم مندرج در ذیل تبصره ۱ ماده ۱۳ و تبصره ۳ ماده ۱۴، ناظر به همان مقطع تحصیلی است و قابل استناد در مقطع یا مقاطع تحصیلی بعدی نمی‌باشد.



**پرسش ۶۴:** آیا درج بیانیه و یا اطلاعیه توسط گروه های غیر مشخص (نظیر جمعی از دانشجویان) در نشریات دانشجویی جایز است؟

◀ هر مطلبی می تواند در نشریه چاپ شود ولی چنانچه اگر شاکی داشته باشد و موارد بیانیه دارای تخلف باشد مسؤولیت آن با مدیر مسؤول نشریه است و عناوین مبهم در صورتی می تواند چاپ شود که سند آن نزد مدیر مسؤول موجود باشد و موارد توسط مدیر مسؤول قابل استناد باشد. به طور کلی مدیر مسؤول باید از اشاعه و چاپ بیانیه های کذب و بدون سند خودداری کند.



بخش هفتم

شیوهنامه امتحانات خلبات نمایندگان مدیران مسؤول  
نشریات دانشجویی در کمیته های ناظر و شورای  
مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت علوم  
تحقیقات و فناوری - سال ۱۳۹۲

## شیوه‌نامه انتخابات نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی در کمیته‌های ناظر وشورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت علوم تحقیقات و فناوری

### مقدمه

بنا به مصوبه شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، طبق تبصره دو ماده چهار و تبصره دو ماده ۹ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، شیوه‌نامه حاضر به منظور برگزاری انتخابات مدیران مسؤول نشریات دانشجویی دانشگاه‌ها جهت برگزیدن نمایندگان عضو کمیته‌های ناظر و نمایندگان آنها برای شرکت در انتخابات شورای مرکزی ناظر تدوین گردیده است. این انتخابات در ترم دوم هر سال تحصیلی و نیمه اول اسفند ماه هر سال در دانشگاه‌ها برگزار خواهد شد.

### فصل اول - انتخابات

ماده ۱- در جلسه انتخابات اعضای دانشجویی کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه، ضمن انتخاب اعضای اصلی، عضو علی‌البدل و کاندیداهایی که به ترتیب بیش‌ترین آرا را اخذ نموده‌اند طبق جدول زیر جهت شرکت در انتخابات مدیران مسؤول شورای مرکزی ناظر بر نشریات به دبیرخانه شورا معرفی گردند.

جدول ۵-۱: تعداد نمایندگان منتخب نسبت به تعداد نشریات منتشره هر دانشگاه

ردیف	تعداد نشریات واجد شرایط	تعداد نمایندگان منتخب
۱	از ۱ تا ۲۰ نشریه	۲ نفر
۲	از ۲۱ تا ۳۰ نشریه	۳ نفر
۳	از ۳۱ تا ۴۰ نشریه	۴ نفر
۴	از ۴۱ تا ۵۰ نشریه	۵ نفر
۵	از ۵۱ تا ۶۰ نشریه	۶ نفر
۶	از ۶۱ تا ۷۰ نشریه	۷ نفر
۷	از ۷۱ تا ۸۰ نشریه	۸ نفر
۸	از ۸۱ تا ۹۰ نشریه	۹ نفر
۹	از ۹۱ تا ۱۰۰ نشریه	۱۰ نفر

تبصره ۱- در دانشگاه‌هایی که تعداد نشریات فعال بیش از ۱۰۰ نشریه باشد، به ازای هر ۲۰ نشریه مازاد بر آن، یک نفر به تعداد نمایندگان آن دانشگاه افزوده می‌شود.

تبصره ۲- در کلیه دانشگاه‌ها نفر اول و نفر دوم منتخبان، اعضای اصلی و نفر سوم عضو علی‌البدل کمیته ناظر دانشگاه خواهد بود.

تبصره ۳- در صورت سلب شرایط یا استعفای هر یک از نمایندگان منتخب مدیران مسؤوول دانشگاه تا زمان برگزاری انتخابات شورای مرکزی ناظر، اولین فردی که نام او در فهرست شمارش آرا انتخابات پس از نمایندگان منتخب بوده است جایگزین وی می‌شود.

### فصل دوم- نظارت بر انتخابات

ماده ۲- کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه مسؤوولیت نظارت بر روند انتخابات از زمان ثبت نام کاندیدها تا اعلام نتایج نهایی، رسیدگی اولیه به شکایات، تنظیم صورتجلسه نهایی انتخابات و معرفی برگزیدگان کمیته ناظر دانشگاه و منتخبان جهت شرکت در انتخابات شورای مرکزی ناظر را بر عهده دارد. جلسات این کمیته با حضور حداقل شش نفر از اعضا رسمیت می‌یابد. در این شیوه‌نامه به این کمیته عنوان کمیته ناظر بر انتخابات اطلاق می‌گردد. تصمیمات این کمیته با رأی اکثریت مطلق حاضران اجرا می‌شود.

تبصره- عضو علی‌البدل دانشجو در کمیته ناظر بر انتخابات حق حضور و رأی خواهد داشت.



**ماده ۳-** در صورت کاندیداتوری هر یک از اعضای دانشجویی کمیته ناظر بر انتخابات آن عضو حق حضور در جلسات را نداشته و فرد جایگزین از بین مدیران مسؤول که کاندیدا نبوده‌اند به قید قرعه انتخاب می‌گردد.

**ماده ۴-** مسؤولیت برگزاری انتخابات بر عهده مدیر فرهنگی دانشگاه است. تبصره- جهت ثبت‌نام کاندیداها، برگزاری انتخابات و شمارش آراء، با پیشنهاد مدیر فرهنگی و تأیید کمیته ناظر بر انتخابات تعدادی از دانشجویان یا کارکنان دانشگاه انتخاب می‌شوند.

**ماده ۵-** مرجع تأیید صحت انتخابات، کمیته ناظر بر انتخابات است.

**ماده ۶-** در پایان هر مرحله از انتخابات (تأیید کاندیداها و اعلام اسامی اولیه، رسیدگی به شکایات، اعلام اسامی نهایی کاندیداها، برگزاری انتخابات، رسیدگی به شکایات انتخاباتی، شمارش آراء و اعلام نتایج) صورتجلسات مربوطه توسط کمیته ناظر بر انتخابات تنظیم و به تأیید اعضا می‌رسد.

### فصل سوم- شرایط کاندیداها و رأی دهندگان

**ماده ۷-** کاندیداها باید حائز شرایط زیر باشند:

۱- مدیر مسؤول بوده و حداقل دو ترم از تحصیل ایشان بدون احتساب ترم جاری باقی مانده باشد.

۲- نشریه ایشان دارای مجوز انتشار از کمیته ناظر دانشگاه بوده و در یکسال قبل از تاریخ انتخابات حداقل یک شماره منتشر شده باشد.

تبصره- کاندیداها باید در زمان ثبت‌نام علاوه بر تکمیل فرم ثبت‌نام، تصویر کارت دانشجویی و یک نسخه از آخرین شماره نشریه خود را جهت تشکیل پرونده ارائه دهند.

**ماده ۸-** تنها مدیر مسؤول نشریاتی که دارای مجوز انتشار از کمیته ناظر دانشگاه بوده و در یکسال قبل از تاریخ انتخابات حداقل یک شماره منتشر شده باشند یا نماینده آنها (با ارائه معرفی‌نامه مکتوب) حق رأی دارند.

تبصره ۱- هر فرد تنها می‌تواند نماینده یک مدیر مسؤول باشد و یک مدیر مسؤول نمی‌تواند نماینده مدیر مسؤول دیگر باشد.

تبصره ۲- در صورت معرفی نماینده از طرف مدیر مسؤول، لازم است مراتب تا پایان وقت



اداری روز قبل از انتخابات به صورت مکتوب به اطلاع مدیر فرهنگی دانشگاه برسد.

### فصل چهارم - اخذ رأی

ماده ۹- جهت ثبت نام کاندیداهای انتخاباتی باید حداقل سه روز کاری در نظر گرفته شود و این مهلت به طور مکتوب و به نحو مقتضی به اطلاع مدیران مسؤؤل نشریات دانشگاه برسد. ماده ۱۰- کاندیدها در هر مرحله‌ای که قصد انصراف داشته باشند، موظفند مراتب را به صورت کتبی به کمیته ناظر بر انتخابات اعلام نمایند.

ماده ۱۱- تاریخ دقیق جلسه برگزاری انتخابات در دانشگاه، به همراه فهرست نشریاتی که دارای حق رأی می‌باشند، حداقل یک هفته پیش از زمان تعیین شده باید به طور مکتوب و به نحو مقتضی به اطلاع کلیه مدیران مسؤؤل نشریات برسد.

تبصره- مدیر مسؤؤل نشریه‌ای که نامش در فهرست نیست می‌تواند مراتب را به کمیته ناظر اعلام و کمیته ناظر پس از بررسی، فهرست نهایی را در زمان برگزاری انتخابات اعلام خواهد کرد.

ماده ۱۲- جلسه انتخابات با حضور اکثریت مطلق (نصف به علاوه یک) مدیران مسؤؤل نشریات دارای حق رأی رسمیت می‌یابد. در صورتیکه جلسه انتخابات حد نصاب تعیین شده را کسب ننماید، جلسه مجدد حداکثر طی دو هفته بعد از آن تاریخ برگزار و انتخابات با رأی حاضران انجام خواهد شد.

ماده ۱۳- چنانچه تعداد کاندیدها برابر یا کمتر از تعداد تعیین شده نمایندگان دانشگاه (طبق جدول) باشد، انتخابات کمیته ناظر دانشگاه برگزار و سه عضو دانشجوی این کمیته انتخاب و بقیه کاندیدها به همراه ایشان جهت شرکت در انتخابات شورای مرکزی ناظر معرفی می‌شوند.

ماده ۱۴- در هر برگ رأی به تعداد نمایندگان منتخب دانشگاه (طبق جدول) اسامی کاندیدها ثبت می‌گردد و پس از شمارش آراء، نفر اول و دوم به‌عنوان اعضای اصلی کمیته ناظر و نفر سوم به‌عنوان عضو علی‌البدل خواهند بود که حق شرکت در انتخابات شورای مرکزی را دارند. در صورتی که تعداد نمایندگان منتخب دانشگاه جهت شرکت در انتخابات شورای مرکزی (طبق جدول) بیش از سه نفر باشند، به ترتیب آراء مأخوذه نفرات بعدی معرفی می‌شوند.

ماده ۱۵- در صورت برابری آراء دو نفر از منتخبان، یکی از ایشان به قید قرعه انتخاب می‌گردد.

### فصل پنجم - شمارش آرا

**ماده ۱۶-** آرای ناخوانا، آرای حاوی اسامی دیگری غیر از نامزدهای انتخاباتی و آرا سفید جزء آرا باطله محسوب ولی به عنوان آرا مأخوذه شمارش می گردد.

**ماده ۱۷-** آرا فاقد مهر و آرا مندرج در برگه های غیر از تعرفه های انتخاباتی باطل بوده و شمارش نمی شود.

**ماده ۱۸-** در صورتی که در برگ رأی علاوه بر نام کاندیداهای اعلام شده (مطابق فهرست نهایی) اسامی دیگری نوشته شده باشد، یا نام یک داوطلب چند بار تکرار شده باشد، برگ رأی باطل نبوده و فقط اسامی اضافی شمارش نمی شود.

**تبصره-** در صورتی که بیش تر از تعداد مورد نیاز نام هایی درج شده باشد، به تعداد مورد نظر از بالای فهرست اسامی در برگ رأی خواننده و اسامی اضافی حذف می شود.

**ماده ۱۹-** کمیته ناظر بر انتخابات موظف است حداکثر تا دو روز پس از برگزاری انتخابات نتیجه را اعلام و در خصوص تأیید انتخابات اعلام نظر نماید.

### فصل ششم - تأیید، ابطال انتخابات و اعلام شکایات

**ماده ۲۰-** چنانچه مدیران مسؤول نشریات نسبت به نحوه برگزاری انتخابات یا نتایج حاصله اعتراض داشته باشند می توانند تا سه روز پس از اعلام نتایج، شکایت خود را به صورت کتبی و مستند به کمیته ناظر بر انتخابات تسلیم نمایند. کمیته ناظر نیز می باید طی ۵ روز شکایات را بررسی و نظر نهایی را اعلام نماید.

**تبصره-** کمیته ناظر می تواند در صورت وصول شکایت در خصوص ارتکاب تخلف در شمارش آرا نسبت به بازشماری آرا اقدام نماید.

### ماده ۲۱ - موارد ابطال انتخابات عبارتند از:

۱ - کاندیداهایی که به عنوان عضو اصلی یا علی البدل کمیته ناظر برگزیده می شوند شرایط مذکور در ماده هفت را دارا نباشند؛

۲ - حدنصاب تعیین شده در ماده ۱۲ رعایت نشده باشد؛

۳ - محرز گردد که در اطلاع رسانی زمان دقیق برگزاری جلسه انتخابات به مدیران مسؤول کوتاهی شده است؛

۴ - در صورت محرز شدن تخلفی که منجر به تغییر نتیجه انتخابات گردد.

**ماده ۲۲ -** چنانچه مدیران مسؤول نسبت به عملکرد کمیته ناظر بر انتخابات اعتراض داشته باشند می‌توانند شکایت خود را ظرف سه روز به همراه مستندات به شورای فرهنگی دانشگاه ارائه دهند و این هیأت ظرف دو هفته به آن رسیدگی و در خصوص شکایت اعلام نظر می‌کند.


**ماده ۲۳ -** در صورت ابطال انتخابات، ضمن ارائه دلایل مستند، کمیته ناظر بر انتخابات زمان برگزاری مجدد انتخابات را حداکثر تا دو هفته بعد تعیین نموده و مراتب را به اطلاع مدیران مسؤول خواهد رساند.

این شیوه‌نامه در شش فصل، ۲۳ ماده و ۱۱ تبصره در تاریخ ۹۲/۱۱/۳۰ به تصویب شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت علوم تحقیقات و فناوری رسید.

نمونه فرم درخواست مجوز انتشار نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

عکس	فرم درخواست مجوز انتشار نشریات دانشگاهی منطبق بر دستورالعمل اجرایی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷	
<p><b>۱_ مشخصات نشریه</b></p> <p>نام نشریه ..... مفهوم نام نشریه :</p> <p>زمینه انتشار: فرهنگی <input type="checkbox"/> اجتماعی <input type="checkbox"/> سیاسی <input type="checkbox"/> علمی <input type="checkbox"/> اقتصادی <input type="checkbox"/> هنری <input type="checkbox"/> ادبی <input type="checkbox"/> ورزشی <input type="checkbox"/></p> <p>(عنوان های فرهنگی و اجتماعی، زمینه های عقیدتی، صنفی ورفاهی، خیری و طنزرا نیز در برمی گیرند)</p> <p>ترتیب انتشار: روزنامه <input type="checkbox"/> هفته نامه <input type="checkbox"/> دو هفته نامه <input type="checkbox"/> ماهنامه <input type="checkbox"/> دو ماهنامه <input type="checkbox"/></p> <p>فصلنامه <input type="checkbox"/> گاهنامه <input type="checkbox"/> (حداقل ..... حداکثر .....) ویژه نامه، تک شماره <input type="checkbox"/></p>		
<p><b>۲_ مشخصات صاحب امتیاز:</b></p> <p>الف_ دانشجو/عضو هیئت علمی:</p> <p>اینجانب:..... شماره دانشجویی/پرستلی: ..... دانشکده: .....</p> <p>رشته تحصیلی/گروه آموزشی:..... رشته/مقطع:..... تعداد واحد گذرانده: .....</p> <p>نشانی و تلفن: .....</p> <p>ب_ شخص حقوقی:</p> <p>اینجانب ..... مسئول تشکل/نهاد/کانون/انجمن ..... با مطالعه کامل مفاد دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی (ابلاغ شده طی نامه شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) ضمن پایبندی به قانون و تعهد به رعایت قوانین موضوعه و آیین نامه یاد شده خواهان انتشار نشریه با مشخصات فوق هستم.</p> <p>تاریخ، مهر و امضای صاحب امتیاز</p>		
<p><b>۳_ مشخصات مدیر مسئول:</b></p> <p>اینجانب:..... شماره دانشجویی/پرستلی: ..... دانشکده: .....</p> <p>رشته تحصیلی/گروه آموزشی/مدیر واحد اداری:..... رشته/مقطع:..... تعداد واحد گذرانده: .....</p> <p>نشانی و تلفن: .....</p> <p>تقاضای مدیر مسئولی نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... را دارم بدیهی است اینجانب ضمن پایبندی به قانون اساسی و تعهد به رعایت قوانین موضوعه و دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی ابلاغ شده طی نامه شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷ وزارت علوم تحقیقات و فناوری) مسوولیت همه مطالب مندرج در نشریه یاد شده را به عهده خواهم گرفت و تعداد سه نسخه از هر شماره از نشریه را به دبیر خانه کمیته ناظر تحویل خواهم داد.</p> <p>تاریخ و امضای مدیر مسئول</p>		
<p><b>۴_ مشخصات سردبیر:</b></p> <p>اینجانب:..... شماره دانشجویی/پرستلی: ..... دانشکده: .....</p> <p>رشته تحصیلی/گروه آموزشی:..... رشته/مقطع:..... تعداد واحد گذرانده: .....</p> <p>نشانی و تلفن: .....</p> <p>تقاضای سردبیری نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... را دارم بدیهی است اینجانب نسبت به رعایت قانون اساسی و قوانین موضوعه و دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی ابلاغ شده طی نامه شماره ۱۱/۱۰۵۵۲ مورخ ۸۶/۶/۲۷ وزارت علوم و تحقیقات و فناوری) پایبند خواهم بود.</p> <p>تاریخ و امضای سردبیر</p>		

نمونه فرم اعلام نظر کمیته ناظر به درخواست صدور مجوز نشر به دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شماره: .....	<b>اعلام نظر کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه</b>	
تاریخ: .....		
پیوست: .....		

**باسمه تعالی**

با توجه به درخواست صدور مجوز نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... مدیر مسئولی .....  
و سر دبیری ..... و از آنجایی که بنا بر استعلام های انجام شده، صاحب امتیاز شرایط در ماده ۱۳ و مدیر مسئول و سر دبیر شرایط مندرج در  
بندهای ۱ تا ۴ ماده ۱۴ دستورالعمل اجرایی نشریات دانشگاهی را دارا هستند، نسبت به بند ۵ ماده ۱۴ در جلسه مورخ ..... کمیته ناظر بر  
نشریات با حضور کلیه اعضای دارای حق رأی تصمیم گیری شد.

**نتیجه تصمیم گیری:**

- با صدور مجوز نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... و مدیر مسئولی ..... موافقت می شود
- موافقت نمی شود

**دلایل عدم موافقت با ذکر بند و شرط مورد نظر:**

.....

.....

.....

**امضاء اعضای کمیته:**

رئیس کمیته:	دبیر کمیته:	نماینده نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری:
عضو هیات علمی:	عضو هیات علمی:	عضو هیات علمی:
عضو حقوقدان:	عضو دانشجو:	عضو دانشجو:

نمونه فرم اعلام شکایت از نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شماره : .....  
تاریخ: .....  
پیوست: .....

فرم اعلام شکایت از نشریات دانشگاهی



ریاست محترم کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه

سلام علیکم ،


اینجانب ..... فرزند ..... بدین وسیله شکایت خود را از نشریه ..... به  
مدیر مسئولی آقای/ خانم ..... به دلیل ..... در نشریه  
شماره ..... مورخ ..... که یک نسخه از آن به پیوست تقدیم می شود اعلام می دارم و از آنجا که مطلب مورد اشاره به استناد  
ماده ..... بند ..... از نظر دستورالعمل نشریات دانشگاهی تخلف محسوب می شود خواهشمند است به تخلف مزبور رسیدگی  
شود.

«شرح شکایات»

.....  
.....  
.....  
.....

امضاء و تاریخ ثبت شکایت

نمونه فرم استعلام آموزشی صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سر دبیر نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

<p><b>فرم استعلام آموزشی و انضباطی</b> <b>صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و سر دبیر نشریات دانشگاهی</b></p>	
شماره : .....	
تاریخ : .....	
..	

**استعلام آموزشی:**

الف - صاحب امتیاز

بدین وسیله گواهی می گردد. جناب آقای/ سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی/ پرسنلی .....

۱- در سال جاری مشغول به تحصیل/ عضو هیئت علمی/ مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشد  نمی باشد

ب- مدیر مسؤول

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای / سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی/ پرسنلی .....

۱- در سال جاری مشغول به تحصیل/ عضو هیئت علمی/ مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشند  نمی باشند

۲- دوتیمسال تحصیلی، حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره کاردانی و کارشناسی پیوسته) گذرانده است  نگذرانده است

۳- از لحاظ آموزشی به صورت ۲ نیمسال متوالی یا ۳ نیمسال متناوب مشروط نشده است  شده است

ج) سر دبیر

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای/ سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی/ پرسنلی .....

۱- در سال جاری مشغول به تحصیل/ عضو هیئت علمی/ مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشند  نمی باشند

۲- دوتیمسال تحصیلی حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره کاردانی و کارشناسی پیوسته) گذرانده است  نگذرانده است

۳- از لحاظ آموزشی به صورت ۲ نیمسال متوالی یا ۳ نیمسال متناوب مشروط نشده است  شده است

**اداره آموزشی دانشکده**

**۲- استعلام انضباطی**

الف - صاحب امتیاز

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای/ سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی/ پرسنلی .....

دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان)/ انفصال موقت از خدمت (اعضای هیئت علمی) نمی باشد  می باشد

ب- مدیر مسؤول

بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای/ سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی/ پرسنلی .....

دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان)/ انفصال موقت از خدمت (اعضای هیئت علمی) نمی باشد  می باشد

ج - سر دبیر

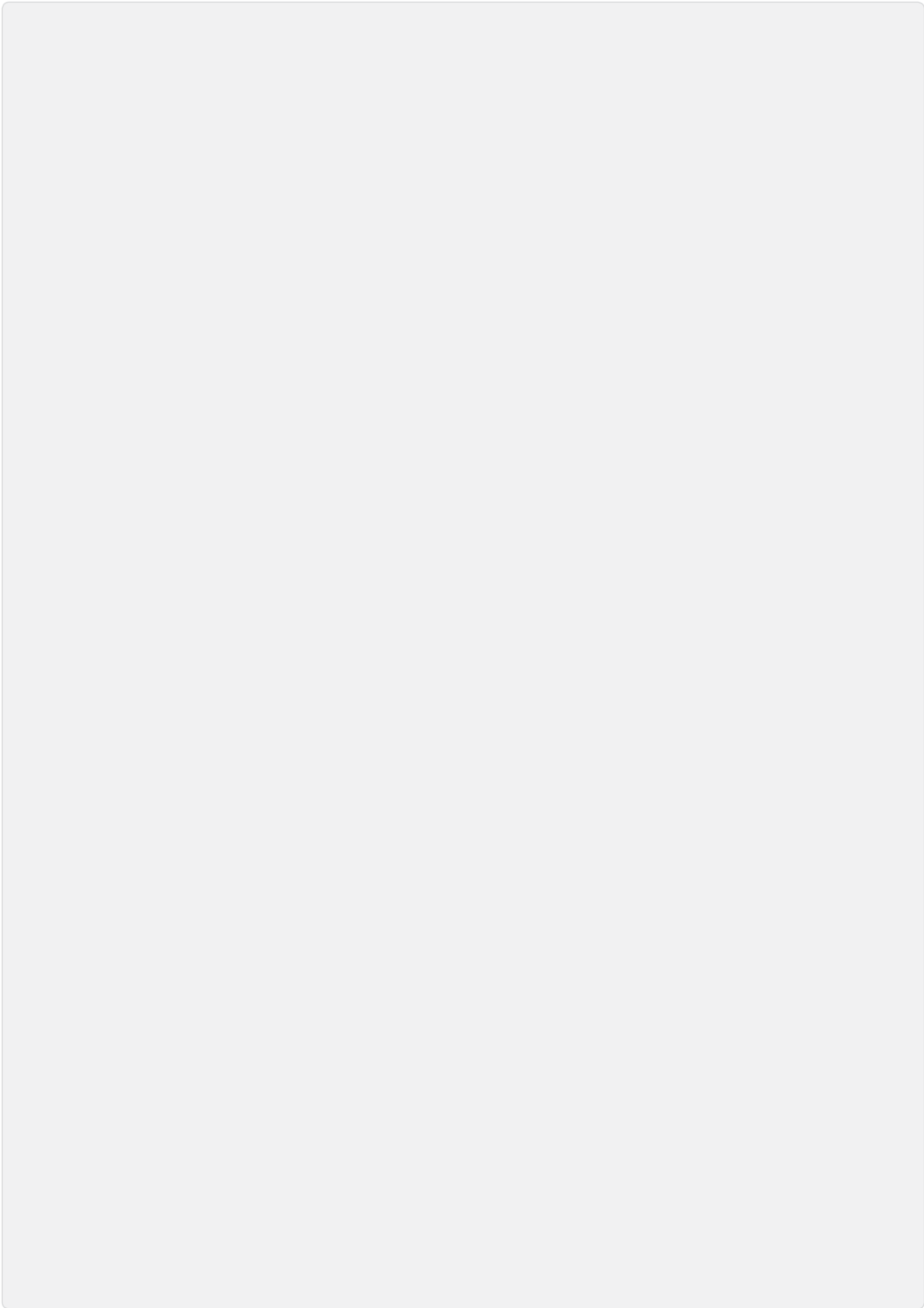
بدین وسیله گواهی می گردد جناب آقای/ سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی/ پرسنلی .....

دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان)/ انفصال موقت از خدمت (اعضای هیئت علمی) نمی باشد  می باشد

**کمیته انضباطی دانشجویان/ هیات بدوی انتظامی/ کمیته تخلفات اداری**

درخواست نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... و مدیر مسؤولی ..... در مورخ

..... به صورت کامل  ناقص  تحویل دبیر خانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه گردید .







بخش هشتم

شیوهنامه امتحانات خلیفان نمایندگان مدیران مسؤول  
نشریات دانشجویی در کمیته‌های ناظر و شورای  
مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت  
بهداشت - سال ۱۳۹۲

## شیوهنامه انتخابات نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشجویی در کمیته‌های ناظر و شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت

### مقدمه

بنابر مصوبه جلسه شماره ۱۶ شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و طبق تبصره دو ماده چهار و تبصره دو ماده ۹ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهیان، شیوهنامه حاضر به منظور برگزاری انتخابات مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی دانشگاه‌ها جهت برگزیدن نمایندگان عضو کمیته‌های ناظر و نمایندگان ایشان برای شرکت در انتخابات شورای مرکزی ناظر تدوین گردیده است.

### فصل اول - تعاریف

**کمیته ناظر:** کمیته‌های ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی مستقر در معاونت‌های دانشجویی و فرهنگی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور.

**شورای مرکزی:** شورای مرکزی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی مستقر در معاونت دانشجویی و فرهنگی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی کشور.

**انتخابات کمیته‌های ناظر:** انتخاباتی که به منظور انتخاب سه عضو مدیر مسؤول نشریات دانشگاهی عضو کمیته‌های ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی علوم پزشکی برگزار می‌شوند.

**انتخابات شورای مرکزی:** انتخاباتی که به منظور انتخاب سه عضو مدیر مسؤول نشریات

دانشگاهی عضو شورای مرکزی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی دانشگاه‌های علوم پزشکی برگزار می‌شوند.

## فصل دوم- برگزاری انتخابات

**ماده ۱:** این انتخابات به منظور انتخاب مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی عضو کمیته‌های ناظر بر نشریات دانشگاهی علوم پزشکی کشور و همچنین انتخاب مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی عضو شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به صورت سالانه برگزار می‌شود.

**۱-۱- مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی عضو کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها پس از انتخاب توسط مدیران مسؤول نشریات آن دانشگاه، در انتخابات شورای مرکزی ناظر شرکت نموده و سه نفر نمایندگان مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی این شورا را انتخاب می‌نمایند.**  
**تبصره ۱:** در کلیه دانشگاه‌ها نفر اول و دوم منتخبان، اعضای اصلی و نفر سوم عضو علی‌البدل کمیته ناظر دانشگاه خواهد بود.

**تبصره ۲:** بر اساس تبصره پنج ماده چهار آیین‌نامه اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، در صورت سلب شرایط یا استعفا و یا عدم حضور به هر دلیل هر یک از نمایندگان منتخب مدیران مسؤول نشریات دانشگاه تا زمان برگزاری انتخابات کمیته‌های ناظر بر نشریات و شورای مرکزی ناظر، عضو علی‌البدل جایگزین وی خواهد بود.

**ماده ۲-** تمام مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی فعال و نیمه فعال دانشگاه مجاز به شرکت و کاندیداتوری در انتخابات هستند.

**۱-۲-** نشریه فعال به نشریاتی دارای مجوز انتشار اطلاق می‌شود که به صورت منظم و براساس دوره انتشاری که در مجوز آن اشاره شده است منتشر می‌شود.

**۲-۲-** نشریات نیمه‌فعال به نشریاتی دارای مجوز انتشار اطلاق می‌شود که ترتیب انتشار را رعایت نکرده لیکن از انتشار آخرین شماره آن بیش از شش ماه نگذشته باشد.

**۳-۲-** نشریه غیرفعال نشریه‌ای دارای مجوز انتشار است که بیش از شش ماه از انتشار آخرین شماره آن گذشته باشد.

**ماده ۳-** انتخابات کمیته‌های ناظر در آبان ماه هر سال تحصیلی برگزار و در پی آن در آذرماه هر سال انتخابات شورای مرکزی برگزار خواهد شد.

### فصل سوم - نظارت بر انتخابات

**ماده ۴-** کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه باید قبل از برگزاری انتخابات مجوز برگزاری را صادر و نیز مسؤولیت نظارت بر کلیه روند انتخابات به ترتیب شامل اطلاع‌رسانی زمان برگزاری انتخابات، ثبت نام کاندیدها، اعلام اسامی اولیه کاندیدها و افراد دارای حق رأی، بررسی اعتراضات و شکایات، اعلام اسامی نهایی کاندیدها و افراد دارای حق رأی، برگزاری انتخابات، شمارش آراء، اعلام نتایج اولیه، رسیدگی به اعتراضات و شکایات، اعلام نتایج نهایی را برعهده دارد.

**ماده ۵-** مدیر فرهنگی دانشگاه به‌عنوان دبیر کمیته ناظر، مسؤولیت اجرای انتخابات را برعهده دارد.

**تبصره:** مدیر فرهنگی دانشگاه موظف است قبل از برگزاری انتخابات مجوز برگزاری انتخابات را از کمیته ناظر دانشگاه مربوطه دریافت نماید.

**ماده ۶-** در پایان دو مرحله از انتخابات - مرحله اخذ مجوز برگزاری انتخابات و مرحله اعلام نتایج نهایی - صورت جلسه مربوطه توسط کمیته ناظر تنظیم و به تأیید اعضاء می‌رسد.

**ماده ۷-** مسؤولیت اجرای انتخابات شورای مرکزی را مدیر کل فرهنگی و فوق‌برنامه معاونت دانشجویی و فرهنگی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برعهده دارد. این انتخابات در آذرماه هر سال به صورت یک‌روزه برگزار و شورای مرکزی وظیفه نظارت بر این انتخابات را برعهده دار است.

### فصل چهارم - شرایط کاندیدها و رأی دهندگان

**ماده ۸:** کاندیدها باید حائز شرایط زیر باشند:

۸-۱ - مدیر مسؤول نشریه دارای مجوز انتشار باشد.

۸-۲ - حداقل ۲ ترم از تحصیل ایشان باقی مانده باشد و معدل آخرین ترم تحصیلی ایشان کمتر از ۱۴ نباشد.

۸-۳ - نشریه ایشان دارای مجوز انتشار از کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه بوده و جزء نشریات دانشگاهی فعال و نیمه فعال (ماده ۲) دانشگاه محسوب گردد.

۸-۴ - عدم محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده یا بالاتر در مورد دانشجویان، انفسال موقت از خدمت در مورد اعضاء هیأت علمی و عدم محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده یا بالاتر در کمیته تخلفات اداری برای کارکنان.

۸-۵ - عدم محکومیت نشریه ایشان به محرومیت موقت مدیر مسؤول نشریه از تصدی این سمت تا ۶ ماه و بالاتر بر اساس ماده ۴۰ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات

دانشگاه.

**تبصره ۱:** افراد مشمول بند چهار و پنج پس از یک سال از تاریخ اتمام محرومیت می توانند به عنوان کاندید در انتخابات شرکت کنند و در صورت محکومیت مجدد این افراد به طور دائم از کاندیداتوری در انتخابات محروم می شوند.

**تبصره ۲:** مدیران مسؤولی که عضو هیأت علمی یا کارمند دانشگاه هستند از شرایط بند دو ماده هشت معاف هستند.

**ماده ۹:** کاندیداها باید در زمان ثبت نام علاوه بر تکمیل فرم ثبت نام، تصویر کارت دانشجویی، کارمندی و یا عضو هیأت علمی دانشگاه، تصویر مجوز انتشار نشریه و یک نسخه از آخرین شماره نشریه خود را جهت تشکیل پرونده ارائه دهند.

**ماده ۱۰-** در انتخابات کمیته های ناظر تنها مدیران مسؤول نشریات دانشگاهی فعال و نیمه فعال دانشگاه مربوطه مجاز به شرکت و کاندیداتوری در انتخابات هستند و هیچ فرد حقیقی یا حقوقی دیگر به جز مدیران مسؤول نشریات دانشگاه مجاز به شرکت در انتخابات نمی باشد و نیز در انتخابات شورای مرکزی تنها مدیران مسؤول عضو کمیته های ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه های علوم پزشکی کشور مجاز به شرکت هستند.

### فصل پنجم - انجام تبلیغات و اخذ رأی

**ماده ۱۱-** دبیرخانه کمیته های ناظر موظفانند دو هفته قبل از برگزاری انتخابات، زمان دقیق برگزاری انتخابات را به صورت مکتوب اعلام و جهت ثبت نام کاندیداهاى انتخاباتى حداقل ۳ روز اداری در نظر گرفته شود و این مهلت به طور مکتوب به اطلاع مدیران مسؤول نشریات دانشگاه برسد.

**تبصره:** کاندیداها در هر مرحله ای که قصد انصراف داشته باشند، موظفند مراتب را به صورت کتبی به کمیته ناظر اعلام نمایند.

**ماده ۱۲-** فهرست اسامی اولیه کاندیداها و مدیران مسؤول نشریاتی که دارای حق رأی می باشند، باید حداقل یک هفته پیش از زمان برگزاری انتخابات به صورت مکتوب به اطلاع کلیه مدیران مسؤول نشریات دانشگاه برسد.

**تبصره:** افرادی که به فهرست اسامی کاندیداها و افراد دارای حق رأی اعتراض دارند باید ظرف دو روز اداری پس از اعلام اسامی اولیه، مراتب را به صورت کتبی به کمیته ناظر اعلام و کمیته ناظر پس از بررسی، فهرست نهایی را سه روز قبل از برگزاری انتخابات اعلام خواهد کرد.

**ماده ۱۳:** پس از اعلام اسامی نهایی کاندیداها، کاندیداها دو روز مجاز به تبلیغات در محدوده



دانشگاه هستند و این زمان ۲۴ ساعت مانده به زمان برگزاری انتخابات پایان می‌یابد.  
**ماده ۱۴-** جلسه انتخابات با حضور اکثریت (نصف به علاوه یک) مدیران مسؤول نشریات دارای حق رأی رسمیت می‌یابد. در صورتی که جلسه انتخابات حد نصاب تعیین شده را کسب ننماید، جلسه مجدد حداکثر طی یک هفته بعد از آن تاریخ برگزار و انتخابات با رأی حاضران انجام خواهد شد.

**تبصره:** انتخابات در دانشگاه‌هایی که کمتر از سه نشریه فعال و نیمه‌فعال وجود دارد، برگزار نشده و مدیر یا مدیران مسؤول در صورت احراز صلاحیت لازم (ماده هشت)، به عضویت کمیته ناظر در خواهند آمد.

**ماده ۱۵-** در هر برگ رأی به تعداد نمایندگان اصلی (دو نفر) اسامی کاندیداها ثبت می‌گردد و پس از شمارش آراء، نفر اول و دوم به‌عنوان اعضای اصلی کمیته ناظر و نفر سوم به‌عنوان عضو علی‌البدل خواهند بود.

**تبصره ۱:** در هر دانشگاه سه نفر به‌عنوان اعضاء اصلی و علی‌البدل مدیر مسؤول عضو کمیته ناظر انتخاب شده و این افراد حق شرکت در انتخابات شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی را دارند.

**تبصره ۲:** در صورتی که نفرات اول و دوم و یا دوم و سوم که بیش‌ترین رأی را کسب نموده‌اند از آرای یکسانی برخوردار باشند، انتخابات به دور دوم کشیده شده و کلیه رأی دهندگان می‌بایست به نفراتی که دارای رأی یکسانی هستند رأی دهند.

### فصل ششم - شمارش آراء

**ماده ۱۶-** آرای مخدوش، آرای حاوی اسامی دیگری غیر از نامزدهای انتخاباتی و آراء سفید جزء آراء باطله محسوب ولی به‌عنوان آراء مأخوذه شمارش می‌گردد.

**ماده ۱۷-** آرای فاقد مهر و آراء مندرج در برگه‌های غیر از تعرفه‌های انتخاباتی باطل بوده و شمارش نمی‌شود.

**ماده ۱۸-** در صورتی که در برگ رأی علاوه بر نام کاندیداها اعلام شده (مطابق فهرست نهایی) از سوی کمیته ناظر یا شورای مرکزی اسامی دیگری نوشته شده باشد، یا نام یک داوطلب چند بار تکرار شده باشد، برگ رأی باطل نبوده و فقط اسامی اضافی شمارش نمی‌شود.

**تبصره:** در صورتی که بیش‌تر از تعداد اسامی دو نفر، نام‌هایی در برگ رأی درج شده باشد، اسامی اضافی حذف می‌شود.

**ماده ۱۹-** کمیته ناظر بر انتخابات موظف است بعد از شمارش آرا در روز برگزاری انتخابات و در حضور رأی دهندگان نتایج اولیه انتخابات را اعلام و حداکثر تا پنج روز پس از برگزاری انتخابات در خصوص تأیید نهایی انتخابات اعلام نظر نماید.

### فصل هفتم - تأیید و ابطال انتخابات

**ماده ۲۰:** تنها مرجع ذیصلاح جهت تأیید و ابطال انتخابات در دانشگاه‌ها، کمیته‌های ناظر بر نشریات است و در صورت ارائه شکایات به شورای فرهنگی دانشگاه و شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی این دو شورا به ترتیب عهده‌دار تأیید و یا ابطال انتخابات می‌شوند.

**ماده ۲۱-** چنان چه مدیران مسؤول نشریات نسبت به نحوه برگزاری انتخابات یا نتایج حاصل شده اعتراض داشته باشند می‌توانند تا دو روز اداری پس از اعلام نتایج، شکایت خود را به صورت کتبی و مستند به کمیته ناظر بر نشریات تسلیم نمایند. کمیته ناظر نیز باید طی ۳ روز شکایات را بررسی و نظر نهایی را اعلام نماید.

**تبصره:** کمیته ناظر می‌تواند در صورت وصول شکایت در خصوص ارتکاب تخلف در شمارش آرا نسبت به بازشماری آرا اقدام نماید.

### ماده ۲۲- موارد ابطال انتخابات عبارتند از:

- ۱- ۲۲- کاندیداهایی که به‌عنوان عضو اصلی و یا علی‌البدل انتخاب شده‌اند شرایط مذکور در ماده هشت را دارا نباشند.
- ۲- ۲۲- حد نصاب تعیین شده در ماده ۱۴ رعایت نشده باشد.
- ۳- ۲۲- در اطلاع‌رسانی زمان دقیق برگزاری جلسه انتخابات به مدیران مسؤول نشریات مطابق ماده ۱۱ کوتاهی شده باشد.
- ۴- ۲۲- در صورت محرز شدن تخلفی که منجر به تغییر نتیجه انتخابات گردد.

**ماده ۲۳-** چنان چه مدیران مسؤول نسبت به عملکرد کمیته ناظر اعتراض داشته باشند می‌توانند شکایت خود را ظرف سه روز اداری پس از اعلام اسامی برگزیدگان نهایی به همراه مستندات به شورای فرهنگی دانشگاه ارائه داده و این شورا موظف است ظرف دو هفته به آن رسیدگی و در خصوص شکایت اعلام نظر کند.



**ماده ۲۴-** در صورتی که مدیران مسؤول نسبت به رأی شورای فرهنگی دانشگاه اعتراض داشته باشند، می‌توانند شکایت خود را به همراه مستندات به شورای مرکزی ارائه نمایند. تبصره: مصوبات شورای مرکزی ناظر قطعی و لازم‌الاجرا است.

**ماده ۲۵-** در صورت ابطال انتخابات، کمیته ناظر موظف است زمان برگزاری مجدد انتخابات را حداکثر تا یک هفته - بعد از اعلام رأی توسط مراجع ذی‌صلاح - تعیین نموده و مراتب را به اطلاع مدیران مسؤول برساند.

**ماده ۲۶-** تنها مرجع ذی‌صلاح جهت تفسیر، تغییر، و اصلاح این دستورالعمل، شورای مرکزی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی است.

این دستورالعمل اجرایی در هفت فصل، ۲۶ ماده، ۱۲ بند و ۱۳ تبصره در جلسه شماره ۱۸ شورای مرکزی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در مورخ ۹۲/۹/۱۲ به تصویب شورا رسیده و جهت اجرا به دبیرخانه‌های کمیته‌های ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور ابلاغ گردید.



## شيوه‌نامه استفاده از فرم‌های مربوط به نشریات

در جلسه بیست و یکم شورای مرکزی ناظر بر نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، ضمن تصویب فرم‌های نمونه پیوست، شیوه‌نامه استفاده از فرم‌های مربوط به نشریات به شرح زیر مقرر گردید:

### الف- اعلام شکایت و تخلف عمومی

۱- در صورت طرح شکایت، شاکی موظف است شکوائیه خود را مطابق فرم «اعلام شکایت» تنظیم و به دبیرخانه کمیته ناظر تحویل داده و پس از تحویل شکایت توسط شاکی، دبیرخانه نشریات موظف است شکایت را ثبت و شماره ثبت آن را در اختیار شاکی گذاشته و بلافاصله پس از تعیین شدن وقت جلسه رسیدگی به شکایت که باید حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز بعد از دریافت شکایت باشد برگه «ابلاغ شکایت» را در دو نسخه تکمیل کرده و یک نسخه از برگه ابلاغیه را به انضمام رونوشت شکوائیه و ضمایم آن به مدیر مسؤؤل نشریه تحویل و زیر نسخه دوم ابلاغیه از وی با اخذ امضاء، رسید بگیرد و آن را در پرونده شکایت از نشریه بایگانی نماید.

۲- شاکی خصوصی شخصی است که از تخلف واقع شده شخصا متضرر شده و هر فردی نمی‌تواند با این عنوان درباره تخلفاتی که ارتباط مستقیمی با وی ندارد، اعلام شکایت نماید. (مصوبات جلسه بیستم شورای مرکزی ناظر بر نشریات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی که پیشتر ابلاغ شده بود، مدنظر قرار گیرد).

۳- درباره تخلفات عمومی مقرر گردید کلیه مکاتبات و گزارش‌ها و یا موارد اعلام بروز تخلف عمومی در خصوص نشریات دانشگاهی به رئیس کمیته (معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه) ارسال گردد و ایشان در صورت تشخیص بروز تخلف عمومی، نسبت به تکمیل فرم «اعلام تخلف عمومی» و ارسال آن به دبیرخانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه اقدام نماید و متعاقب آن دبیرخانه بلافاصله پس از تعیین تاریخ جلسه رسیدگی در موعد مقرر قانونی، فرم «ابلاغ تخلف عمومی» را در دو نسخه تهیه و یک نسخه از آن را به انضمام رونوشت فرم «اعلام تخلف عمومی» و ضمایم آن به مدیر مسؤؤل نشریه تحویل و زیر نسخه دوم ابلاغیه، از وی با اخذ امضاء رسید بگیرد و آن را در پرونده تخلف نشریه بایگانی نماید.

۴- از آنجا که متهم به تخلف حق دارد که از موضوع دقیق اتهام خود مطلع باشد تا بتواند دفاع مناسبی در برابر آن داشته باشد، ضروری و الزامی است که تمامی بخش‌های فرم «اعلام شکایت» یا فرم «اعلام تخلف عمومی» به ترتیب توسط شاکی یا ریاست کمیته ناظر بر

نشریات دانشگاه تکمیل گردد.

۵- بلافاصله پس از اعلام شکایت و یا اعلام تخلف عمومی، کارشناس دبیرخانه کمیته ناظر موظف به تهیه برگ ابلاغیه آن در همان روز می‌باشد، سپس وی باید ابتدا با شماره تماس مدیرمسئول و در صورت عدم پاسخگویی با صاحب امتیاز و در صورت عدم پاسخگویی هر دو با سردبیر نشریه تماس گرفته و موضوع طرح تخلف را به مدیرمسئول (مستقیماً یا از طریق صاحب امتیاز و سردبیر) اطلاع داده و بخواهد که مدیرمسئول جهت دریافت ابلاغیه و ضامیم آن به محل دبیرخانه کمیته مراجعه نماید. همچنین کارشناس مربوطه موظف است مراتب فوق‌الذکر را در همان روز از طریق ارسال ایمیل به آخرین آدرس پست الکترونیک اعلامی از سوی مدیرمسئول (با ضمیمه کردن اوراق مذکور در بند یک یا دو) به اطلاع وی برساند و در متن ایمیل درخواست نماید که در صورت رویت، تحویل اوراق را تأیید نماید. در صورت عدم حضور مدیرمسئول ظرف سه روز پس از تماس، کارشناس موظف است برگه ابلاغیه و ضامیم آن را از طریق پست پیش‌تاز برای آخرین نشانی اعلامی از سوی مدیرمسئول ارسال و رسید پستی را در پرونده ضمیمه نماید. در هر حال تاریخ دریافت ابلاغیه توسط مدیرمسئول و یا تحویل بسته در محل نشانی اعلامی توسط وی، باید حداقل یک هفته قبل از روز تشکیل جلسه کمیته باشد.

۶- مدیرمسئول می‌تواند در جلسه رسیدگی به تخلف نشریه خود حاضر شود تا با اختصاص فرصت کافی به وی، از اتهامات خود دفاع کند. وی همچنین می‌تواند تا پیش از جلسه رسیدگی، دفاعیه مکتوبی تهیه و به دبیرخانه کمیته تحویل نماید و یا از هر دو طریق دفاع مکتوب و حضوری استفاده کند. کارشناس مربوطه مکلف است لایحه مدیرمسئول را ثبت و در پرونده ضبط و شماره ثبت آن را به وی تحویل دهد.

### ب- صدور رای کمیته ناظر

۱- پس از صدور رأی، ریاست کمیته موظف است متن رأی را با کسب نظر اعضای کمیته و مطابق با فرم «رای کمیته ناظر» تکمیل و زیر آن را امضاء نموده و به دبیرخانه کمیته ارسال نماید و دبیرخانه موظف است بلافاصله نسبت به تنظیم برگه «ابلاغ رأی» مطابق فرم نمونه در دو نسخه اقدام نماید و سپس با مدیرمسئول نشریه تماس گرفته و از ایشان بخواهد که جهت تحویل رأی مراجعه نمایند. ضمناً همزمان نسبت به ارسال برگه رأی به نشانی پست الکترونیک نامبردگان اقدام نماید و در متن ایمیل درخواست نماید که در صورت رویت، تحویل اوراق را تأیید نمایند. در صورت حضور ایشان، کارشناس مربوطه موظف است زیر یکی از

برگه‌های ابلاغیه رأی با اخذ امضاء از شاکی یا مدیرمسئول رسید بگیرد و برگه دوم ابلاغیه را به پیوست رأی صادره تحویل دهد. اما در صورت عدم حضور ظرف مدت سه روز پس از تماس، کارشناس مربوطه موظف است برگه ابلاغیه رأی را به همراه رأی به آخرین نشانی اعلامی از سوی مدیرمسئول و شاکی با پست پیشتاز ارسال نماید و رسید پستی را در پرونده بایگانی نماید. در هر حال ابلاغ کتبی رأی باید ظرف مهلت مقرر در ماده ۴۳ دستورالعمل به عمل آید.

### ج- درخواست امتیاز نشریه

۱- از تقاضای صدور امتیاز نشریه با ارائه فرم تکمیل شده «درخواست امتیاز انتشار نشریات دانشگاهی» سوی متقاضی صورت می‌گیرد. سپس فرم درخواست باید توسط کارشناس دبیرخانه کمیته ناظر، ثبت شده و متقاضی انتشار می‌تواند رونوشت درخواست ثبت شده خود را دریافت نماید و یا شماره و تاریخ ثبت تقاضا را از کارشناس مربوطه تحویل بگیرد.

۲- در بخش ب از بند دو فرم «درخواست امتیاز انتشار نشریات دانشگاهی» باید نشانی دفتر مرکزی شخص حقوقی و شماره تماس دفتر و آدرس پست الکترونیک شخص حقوقی درج شود. در صورتی که شخص حقوقی فاقد هر کدام از اطلاعات تماس فوق باشد، اطلاعات مربوطه از مسؤول یا دبیر یا مدیر آن مجموعه حقوقی اخذ می‌شود و از وی تعهد گرفته می‌شود که به محض تغییر مسؤول یا مدیر یا دبیر شخص حقوقی، اطلاعات تماس فرد جدید به دبیرخانه کمیته ناظر اعلام گردد.

۳- استعلام انضباطی برای صاحب امتیاز تنها در صورتی انجام می‌گیرد که صاحب امتیاز یک شخص حقیقی باشد. انجام استعلام انضباطی در صورتی که صاحب امتیاز شخص حقوقی باشد، تنها درباره مدیرمسئول و سردبیر پیشنهادی الزامی است و انجام هرگونه استعلامی درباره دیگر اشخاص (از قبیل اعضای شورای مرکزی و یا دبیر و یا مدیر آن مجموعه حقوقی و...) ممنوع است. همچنین، به جز استعلام وضعیت آموزشی یا استخدامی از اداره آموزش یا کارگزینی دانشکده و استعلام سوابق انضباطی درباره صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر، انجام هرگونه استعلام دیگر ممنوع است.

۴- متقاضی امتیاز انتشار نشریه می‌تواند در هنگام تقدیم تقاضای خود، به جای یک سردبیر، شورای سردبیری معرفی نماید. درج اطلاعات کلیه اعضای شورای سردبیری و انجام استعلامات آموزشی، استخدامی و انضباطی در خصوص ایشان الزامی است و در صورت موافقت با صدور مجوز نشریه، نام تمامی اعضای این شورا در فرم «امتیاز انتشار نشریه» خواهد آمد.

۵ - صاحب امتیاز می‌تواند هر شخصی (اعم از حقیقی یا حقوقی) باشد و انجام هرگونه



استعلام دیگری) به غیر از دو استعلام آموزشی - استعلامی و استعلام انضباطی) در نظر گرفتن هر گونه ترتیبات دیگری برای صدور مجوز و یا اعمال هر گونه محدودیت و یا ممنوعیت فراقانونی دیگری برای متقاضی انتشار در مواردی از قبیل نام نشریه و یا ترتیب انتشار و یا زمینه یا زمینه‌های انتشار و یا قطع نشریه و یا تعداد صفحات و یا نحوه نشر و... ممنوع و غیرقانونی است.

۶ - مخالفت کمیته ناظر با صدور امتیاز انتشار نشریه الزاماً باید مستند و مستدل باشد و دلایل و مستندات قانونی طبق فرم «رد درخواست امتیاز انتشار» تنظیم گردد. در هر حال دبیرخانه کمیته ناظر موظف است مخالفت و یا موافقت این کمیته با صدور امتیاز انتشار نشریه را کتبا به اطلاع متقاضی انتشار برساند که این امر باید با اعطای یک نسخه اصلی از برگه «رد درخواست امتیاز انتشار» و یا برگه «امتیاز انتشار نشریه» به متقاضی انجام شود. انتشار و فروش نشریه تنها نیازمند ارائه برگه امتیاز انتشار نشریه بوده و هیچ مقام و مسؤول و یا کارمند و شخصی (اعم از حقیقی یا حقوقی)، حق نظارت قبل از چاپ و یا بررسی مفاد نشریه قبل از انتشار و یا اخلال و یا جلوگیری در فرایند چاپ، انتشار، عرضه و یا فروش نشریه دارای امتیاز انتشار از کمیته ناظر را ندارد. ضمناً حمایت مالی طبق تبصره ماده ۲۸ دستورالعمل، وظیفه معاونت فرهنگی دانشگاه است و این حمایت نمی‌تواند دلیلی برای اعمال هر نوع نظارتی قبل از انتشار نشریه باشد.

#### د - نکات متفرقه

۱ - کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه و شورای فرهنگی دانشگاه موظف است در موارد قانونی مقرر در دستورالعمل، نسبت به انجام تکالیف قانونی خود (برای بررسی درخواست‌های صدور امتیاز انتشار و یا رسیدگی به شکایات و تخلفات عمومی و...) اقدام نماید. ضمناً برگزاری جلسات ماهیانه کمیته مستنداً به ماده پنج دستورالعمل الزامی است.

۲ - در صورتی که مدیرمسئول یا شاکی در پاسخ به ایمیل ارسالی در مهلت مقرر سه روزه، دریافت اوراق را تأیید نمودند، نیازی به ارسال پستی اوراق نیست، هر چند تأیید دریافت اوراق از طریق ایمیل، نافی حق مدیرمسئول یا شاکی در تحویل نسخه اصلی اوراق از دبیرخانه کمیته ناظر نمی‌باشد.

۳ - کلیه امضاهای موجود در فرم‌های مربوط به نشریات که از متقاضی امتیاز انتشار نشریه، صاحب امتیاز، مدیرمسئول یا شاکی اخذ می‌گردد، باید پس از احراز هویت نامبردگان با کارت شناسایی معتبر یا کارت دانشجویی و یا کارت پرسنلی باشد.

نمونه فرم درخواست مجوز انتشار نشریات دانشگاهی  
دانشگاه های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

<b>عکس متقاضی</b>	<b>فرم درخواست امتیاز انتشار نشریات دانشگاهی منطبق بر دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی</b>
<p><b>۱- مشخصات نشریه:</b></p> <p>نام نشریه: ..... مفهوم نام نشریه: .....</p> <p>زمینه انتشار: ادبی <input type="checkbox"/> هنری <input type="checkbox"/> اقتصادی <input type="checkbox"/> علمی <input type="checkbox"/> سیاسی <input type="checkbox"/> اجتماعی <input type="checkbox"/> فرهنگی <input type="checkbox"/> مذهبی <input type="checkbox"/> صنفی <input type="checkbox"/> ورزشی <input type="checkbox"/></p> <p>(عنوان های فرهنگی و اجتماعی، زمینه های عقیدتی، رفاهی، خبری و طنز را نیز در برمی گیرند)</p> <p>ترتیب انتشار: دوماهنامه <input type="checkbox"/> ماهنامه <input type="checkbox"/> دو هفته نامه <input type="checkbox"/> هفته نامه <input type="checkbox"/> روزنامه <input type="checkbox"/> فصلنامه <input type="checkbox"/> سالنامه <input type="checkbox"/></p> <p>گاهنامه <input type="checkbox"/> (حداقل ..... حداکثر .....) ویژه نامه، تک شماره <input type="checkbox"/> نحوه انتشار: الکترونیک <input type="checkbox"/> چاپی <input type="checkbox"/> الکترونیک و چاپی <input type="checkbox"/></p>	
<p><b>۲- مشخصات صاحب امتیاز:</b></p> <p><b>الف - دانشجو/عضو هیئت علمی:</b></p> <p>اینجانب: ..... شماره دانشجویی /پرستلی: ..... دانشکده: .....</p> <p>رشته تحصیلی /گروه آموزشی: ..... رشته /مقطع: ..... تعداد واحد گذرانده: .....</p> <p>نشانی و تلفن و ایمیل: .....</p> <p><b>ب - شخص حقوقی:</b></p> <p>اینجانب: ..... مسئول تشکل / نهاد / کانون / انجمن / واحد اداری / بخش: ..... به نشانی، تلفن و ایمیل .....</p> <p>با مطالعه کامل مفاد ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی و دستورالعمل اجرایی آن ، ضمن پایبندی به قانون اساسی و تعهد به رعایت قوانین موضوعه ضوابط و دستور العمل یاد شده خواهان انتشار نشریه با مشخصات فوق هستم. ضمناً متعهد می گردم بلافاصله پس از تغییر اطلاعات تماس خود، مراتب را به اطلاع دبیرخانه کمیته ناظر برسانم.</p>	
<p><b>تاریخ و امضای صاحب امتیاز</b></p>	
<p><b>۳- مشخصات مدیر مسئول:</b></p> <p>اینجانب: ..... شماره دانشجویی /پرستلی: ..... دانشکده: .....</p> <p>رشته تحصیلی /گروه آموزشی /مدیر واحد اداری: ..... رشته /مقطع: ..... تعداد واحد گذرانده: .....</p> <p>نشانی و تلفن و ایمیل: .....</p> <p>تقاضای مدیر مسئولی نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... را دارم بدیهی است اینجانب ضمن پایبندی به قانون اساسی و تعهد به رعایت قوانین موضوعه و دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی مسئولیت همه مطالب مندرج در نشریه یاد شده را به عهده خواهم گرفت و پس از انتشار هر شماره، تعداد سه نسخه از نشریه را به دبیرخانه کمیته ناظر تحویل خواهم داد. ضمناً متعهد می گردم بلافاصله پس از تغییر اطلاعات تماس خود، مراتب را به اطلاع دبیرخانه کمیته ناظر برسانم.</p>	
<p><b>تاریخ و امضای مدیر مسئول</b></p>	
<p><b>۴- مشخصات سردبیر:</b></p> <p>اینجانب: ..... شماره دانشجویی /پرستلی: ..... دانشکده: .....</p> <p>رشته تحصیلی /گروه آموزشی /مدیر واحد اداری: ..... رشته /مقطع: ..... تعداد واحد گذرانده: .....</p> <p>نشانی و تلفن و ایمیل: .....</p> <p>تقاضای سردبیری نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... را دارم بدیهی است اینجانب نسبت به رعایت قانون اساسی و قوانین موضوعه و دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی پایبند خواهم بود و متعهد می گردم بلافاصله پس از تغییر اطلاعات تماس خود، مراتب را به اطلاع دبیرخانه کمیته ناظر برسانم.</p>	
<p><b>تاریخ و امضای سردبیر</b></p>	

نمونه فرم استعلام آموزشی، صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره:.....  
تاریخ:.....  
پیوست:.....

فرم استعلام آموزشی / استخدامی و انضباطی  
صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر نشریات دانشگاهی

۱- استعلام آموزشی/استخدامی:

الف- صاحب امتیاز:

بدین وسیله گواهی می‌گردد، جناب آقای /سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی /پرسنتی.....  
۱. در سال جاری مشغول به تحصیل /عضو هیئت علمی در دانشگاه می باشد  نمی باشد

ب- مدیر مسئول:

بدین وسیله گواهی می‌گردد، جناب آقای /سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی /پرسنتی.....  
۱. در سال جاری مشغول به تحصیل /عضو هیئت علمی /مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشد  نمی باشد   
۲. دو نیمسال تحصیلی و حداقل ۲۸ واحد درسی (دانشجویان دوره کاردانی و کارشناسی پیوسته) گذرانده است  نگذرانده است   
۳. از لحاظ آموزشی به صورت ۲ نیمسال متوالی یا ۳ نیمسال متناوب مشروط نشده است  شده است

ج- سردبیر:

بدین وسیله گواهی می‌گردد، جناب آقای /سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی /پرسنتی.....  
۱. در سال جاری مشغول به تحصیل /عضو هیئت علمی /مدیر یکی از واحدهای اداری در دانشگاه می باشد  نمی باشد   
۲. دو نیمسال تحصیلی و حداقل ۲۸ واحد درسی (دوره کاردانی و کارشناسی پیوسته) گذرانده است  نگذرانده است   
۳. از لحاظ آموزشی به صورت ۲ نیمسال متوالی یا ۳ نیمسال متناوب مشروط نشده است  شده است   
اداره آموزش/کارگزینی دانشکده

۲- استعلام انضباطی:

الف- صاحب امتیاز: (فقط اشخاص حقیقی)

بدین وسیله گواهی می‌گردد، جناب آقای /سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی /پرسنتی.....  
دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان) / انقصال موقت از خدمت (اعضای هیأت علمی) و یا بالاتر نمی باشد  می باشد   
تاریخ اتمام محکومیت:..... تعداد سوابق محکومیت (درباره دانشجویان فقط در مقطع تحصیلی جاری):.....

ب- مدیر مسئول:

بدین وسیله گواهی می‌گردد، جناب آقای /سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی /پرسنتی.....  
دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان) / انقصال موقت از خدمت (اعضای هیأت علمی) و یا بالاتر نمی باشد  می باشد   
تاریخ اتمام محکومیت:..... تعداد سوابق محکومیت (درباره دانشجویان فقط در مقطع تحصیلی جاری):.....

ج- سردبیر:

بدین وسیله گواهی می‌گردد، جناب آقای /سرکار خانم ..... به شماره دانشجویی /پرسنتی.....  
دارای سابقه محکومیت منجر به توبیخ کتبی و درج در پرونده (دانشجویان و کارکنان) / انقصال موقت از خدمت (اعضای هیأت علمی) و یا بالاتر نمی باشد  می باشد   
تاریخ اتمام محکومیت:..... تعداد سوابق محکومیت (درباره دانشجویان فقط در مقطع تحصیلی جاری):.....

کمیته انضباطی دانشجویان / هیات بدوی انتظامی اعضای هیأت علمی/هیأت رسیدگی به تخلفات اداری

## نمونه فرم اعطای امتیاز انتشار نشریات دانشگاهی دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

### بسمه تعالی

شماره مجوز: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

### امتیاز انتشار نشریه دانشگاهی .....

مستندا به ماده ۲۱ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی، تقاضای امتیاز انتشار نشریه دانشگاهی ..... به صاحب امتیازی آقای/خانم/تشکل/نهاد/انجمن/ کانون/ واحد اداری/ بخش ..... به شماره دانشجویی/پرسنتی ..... و مدیر مسئولی آقای/خانم ..... به شماره دانشجویی/پرسنتی ..... و سردبیری آقای/خانم/ شورای سردبیری آقایان/ خانم ها ..... به شماره دانشجویی/پرسنتی ..... با زمینه انتشار ..... و ترتیب انتشار ..... و نحوه انتشار چاپی/ الکترونیک/ چاپی و الکترونیک ظرف مهلت مقرر قانونی در ماده مذکور، در جلسه شماره ..... مورخه ..... کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی ..... مطرح و با صدور امتیاز انتشار آن موافقت گردید.

### رئیس کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی .....

#### تاریخ / امضاء

#### تذکرات:

- ۱- به موجب این برگه، امتیاز انتشار نشریه دانشگاهی ..... صادر و به صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر نشریه تحویل داده می‌شود و با ارائه آن، این نشریه اجازه چاپ، انتشار، توزیع و فروش نشریه و ویژه نامه‌های آن در سطح دانشگاه علوم پزشکی ..... و سایر اماکن زیرمجموعه آن (مذکور در تبصره ۵ ماده ۱ دستورالعمل فوق الذکر) را داشته و هیچ شخصی به هیچ دلیلی، حق ایجاد هرگونه خللی در فعالیت نشریه و یا جلوگیری از فرآیند چاپ، انتشار و توزیع نشریه را ندارد. مسئولیت نظارت بر فعالیت نشریات دانشگاهی بر عهده کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه می‌باشد.
- ۲- درج شناسنامه نشریه شامل زمینه نشر، نام صاحب امتیاز، مدیرمسئول، سردبیر یا شورای سردبیری، دانشگاه صادرکننده مجوز، شماره، تاریخ انتشار و دوره نشر در هر شماره نشریه الزامی است.
- ۳- نشریه موظف است صرفا در زمینه/زمینه‌های انتشار فوق الذکر فعالیت نماید.
- ۴- نشریه موظف است توالی انتشار خود را رعایت کند.
- ۵- مسئولیت کلیه مطالب مندرج در نشریه بر عهده مدیرمسئول است و وی موظف است سه نسخه از هر شماره را بلافاصله پس از انتشار به دبیرخانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه تحویل دهد.
- ۶- هیچ مقام دولتی و غیر دولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله ای درصدد اعمال فشار بر نشریات برآید یا به سانسور و کنترل محتوای نشریات مبادرت ورزد. نظارت قبل از چاپ به هر دلیل و تحت هر شرایطی، ممنوع است.
- ۷- در صورتی که صاحب امتیاز یا مدیرمسئول، شرایط مقرر قانونی را از دست بدهند، صاحب امتیاز موظف است ظرف یک ماه پس از ابلاغ مکتوب کمیته ناظر، نسبت به انتقال امتیاز نشریه یا معرفی مدیرمسئول جدید به کمیته اقدام نماید. در غیر این صورت، امتیاز نشریه لغو می‌گردد.
- ۸- تعیین و تصویب هرگونه شرایط و مقررات مغایر یا محدود کننده علاوه بر مفاد دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی نظیر صدور مجوزهای مشروط یا موقت ممنوع است.

نمونه فرم رد درخواست انتشار نشریه دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

**رد درخواست امتیاز انتشار**

متقاضی محترم درخواست صدور امتیاز انتشار نشریه دانشگاهی.....

**با سلام**

احتراما پیرو درخواست جناب عالی برای صدور امتیاز انتشار نشریه ..... به صاحب امتیازی ..... و مدیر مسئولی ..... و سردبیری ..... در تاریخ ..... درخواست شما به دلیل /دلایل.....  
.....  
..... مستندا به ماده / مواد ..... دستور العمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی در جلسه شماره ..... مورخه ..... کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی..... با نظر اکثریت/ اجماعی اعضای حاضر در جلسه کمیته رد شده است. این تصمیم در مهلت مقرره بیست روزه پس از تقاضای شما صادر و به جناب عالی ابلاغ می‌گردد. بدیهی است حق اعتراض مکتوب شما در خصوص این تصمیم به شورای فرهنگی دانشگاه مطابق ماده ۲۲ دستورالعمل فوق الذکر محفوظ است.

**رئیس کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی .....**

**تاریخ /امضاء**

این قسمت توسط متقاضی امتیاز نشریه تکمیل گردد:

اصل برگه فوق به همراه منضمات آن در تاریخ ..... تحویل اینجانب ..... متقاضی امتیاز نشریه دانشگاهی ..... گردید.

**نام و نام خانوادگی، تاریخ و امضاء**



نمونه فرم ابلاغ تخلف عمومی کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

« اعلام تخلف عمومی »

با توجه به ارتکاب تخلف/ تخلفات ..... نشریه دانشگاهی .....  
به مدیر مسئولی آقای/ خانم ..... در پی انتشار مطلب/ مطالب/ تصویر/ کاریکاتور با عنوان/ عنوانین  
..... که مشتمل بر موارد ذیل است:

و در نشریه شماره/ شماره‌های ..... مورخ ..... که یک نسخه از آن به پیوست می‌باشد مندرج  
گردیده، مستندا به ماده/ مواد ..... دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی و مستدلا  
به دلایل و مدارک ذیل:

تخلف عمومی این نشریه را به کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه اعلام و تقاضای رسیدگی عادی دارم   
/ ضمن جلوگیری از ادامه فعالیت نشریه مذکور تا نهایتا ده روز آینده، تقاضای رسیدگی خارج از نوبت ظرف  
مهلت ده روزه مقرر در ماده ۳۶ را دارم.

«شرح تخلف عمومی»

رئیس کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی .....

تاریخ / امضاء

نمونه فرم ابلاغ تخلف عمومی توسط کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

### ابلاغ تخلف عمومی

مدیرمسئول محترم نشریه دانشگاهی .....

جناب آقای / سرکار خانم .....

با سلام

احتراماً پیرو اعلام تخلف عمومی صورت گرفته توسط ریاست کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی ..... از نشریه دانشگاهی ..... به مدیر مسئولی جناب عالی، عیناً موضوع فوق به پیوست رونوشت برگ اعلام تخلف عمومی و منضمات آن به شما ابلاغ می‌گردد. لازم به ذکر است که جلسه کمیته ناظر با موضوع رسیدگی به این تخلف، در تاریخ ..... ساعت ..... در محل ..... برگزار خواهد شد، لذا مراتب جهت دفاع حضوری شما و یا ارسال لایحه دفاعیه مکتوب به اطلاع جناب عالی می‌رسد. بدیهی است در صورت عدم حضور غیرموجه و یا عدم ارائه توضیحات کتبی، کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه بر اساس ماده ۴۲ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی اقدام خواهد نمود.

دبیرخانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه علوم پزشکی .....

تاریخ/امضاء

این قسمت توسط مدیرمسئول نشریه تکمیل گردد:

اصل برگ ابلاغیه فوق به همراه رونوشت برگ اعلام تخلف عمومی و منضمات آن در تاریخ ..... تحویل اینجانب ..... مدیرمسئول نشریه دانشگاهی ..... گردید.

نام و نام خانوادگی، تاریخ و امضاء

نمونه فرم اعلام شکایت از نشریات دانشگاهی  
دانشگاه های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....  
تاریخ: .....  
پیوست: .....

« اعلام شکایت از نشریات دانشگاهی »

ریاست محترم کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه علوم پزشکی .....

با سلام،

اینجانب.....فرزند..... به شماره ملی..... بدین وسیله شکایت خود را از نشریه دانشگاهی ..... به مدیرمسئولی آقای/خانم..... به دلیل انتشار مطلب/مطلب/تصویر/ کاریکاتور با عنوان/عناوین ..... در نشریه شماره ..... مورخ ..... و ذکر موارد ذیل در آن:

که یک نسخه از آن به پیوست تقدیم می شود، اعلام می دارم و از آنجا که مطلب/مطالب مورد اشاره به استناد ماده/مواد..... از نظر دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی تخلف محسوب می شود، خواهشمند است به موضوع فوق الذکر از حیث عنوان/عناوین تخلف ..... رسیدگی شود.

«شرح شکایت»

.....  
.....  
.....  
.....

نشانی: .....

شماره تماس: ..... آدرس پست الکترونیک: .....

نام و نام خانوادگی، امضاء و تاریخ

این قسمت توسط کارشناس دبیرخانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی تکمیل و تأیید شود:  
شکایت فوق در تاریخ ..... از آقای/خانم ..... به عنوان شاکی (پس از احراز هویت نامبرده) به همراه ..... برگ مدارک و مستندات دریافت شد و در تاریخ ..... در این دبیرخانه با شماره ..... ثبت گردید.

نمونه فرم ابلاغ شکایت از نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

**ابلاغ شکایت**

مدیرمسئول محترم نشریه دانشگاهی .....

جناب آقای / سرکار خانم .....

**با سلام**

احتراماً پیرو اعلام شکایت آقای/ خانم ..... از نشریه دانشگاهی ..... به مدیر مسئولی جنابعالی، موضوع شکایت ایشان به همراه رونوشت برگ اعلام شکایت مذکور و منضمات آن به شما ابلاغ می‌گردد. لازم به ذکر است که جلسه رسیدگی به این شکایت، در تاریخ ..... ساعت ..... در محل ..... برگزار خواهد شد، لذا مراتب جهت دفاع حضوری شما و یا ارسال لایحه دفاعیه مکتوب به اطلاع می‌رسد، بدیهی است در صورت عدم حضور غیرموجه و یا عدم ارائه توضیحات کتبی، کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه بر اساس ماده ۴۲ دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی اقدام خواهد نمود.

**دبیر خانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه علوم پزشکی .....**

**تاریخ / امضاء**

این قسمت توسط مدیرمسئول نشریه تکمیل گردد:

اصل برگ ابلاغیه فوق به همراه برگ شکایت و منضمات آن در تاریخ ..... تحویل اینجانب

..... مدیرمسئول نشریه دانشگاهی ..... گردید.

**نام و نام خانوادگی، تاریخ و امضاء**

نمونه فرم صدور رأی توسط کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی  
دانشگاه های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

**رأی کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه علوم پزشکی.....**

جلسه شماره ..... مورخ .....

پیرو اعلام شکایت آقای/سرکار خانم ..... / اعلام تخلف عمومی صورت گرفته از نشریه  
دانشگاهی..... به مدیر مسئولی جناب آقای/سرکار خانم..... دال بر ارتکاب تخلف/ تخلفات  
..... در خصوص انتشار مطلب/ مطالب/ تصویر/ کاریکاتور با عنوان/  
عناوین..... ذکر موارد ذیل در آن:.....

در شماره/شماره های ..... نشریه، با عنایت به دلایل و مدارک موجود و استدلالات ذیل:.....

و دفاعیات مدیرمسئول نشریه دانشگاهی به شرح ذیل:.....

مستندا به ماده/ مواد ..... دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی،  
بنا به نظر اکثریت/اجماعی اعضای حاضر در جلسه کمیته ناظر، ارتکاب تخلف/ تخلفات  
..... احراز می گردد/ ارتکاب تخلف / تخلفات ..... احراز نمی گردد  
و لذا به استناد ماده / مواد ..... دستورالعمل مذکور، رأی بر برائت / محکومیت به .....  
صادر می گردد. رأی صادره ظرف مهلت بیست روز پس از تاریخ ابلاغ، قابل تجدیدنظرخواهی  
در شورای فرهنگی دانشگاه می باشد.

**رئیس کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشگاه علوم پزشکی.....**

تاریخ/امضاء

نمونه فرم ابلاغ رای کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی  
دانشگاه‌های زیر مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

بسمه تعالی

شماره: .....

تاریخ: .....

پیوست: .....

**ابلاغ رای کمیته ناظر**

مدیر مسئول محترم نشریه دانشگاهی ..... / شاکی محترم  
جناب آقای / سرکار خانم .....

**با سلام**

احتراماً پیرو اعلام شکایت آقای/خانم/جنابعالی ..... / اعلام تخلف عمومی صورت گرفته از نشریه دانشگاهی ..... به مدیر مسئولی آقای/ خانم ..... در جلسه شماره ..... مورخه ..... کمیته ناظر بر نشریات دانشگاهی دانشکاه علوم پزشکی ..... مطابق مواد دستورالعمل اجرایی ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی رای صادر شد که به پیوست به جناب عالی ابلاغ می‌گردد. لازم به ذکر است که رای صادره مطابق ماده ۴۴ دستورالعمل مذکور، ظرف مدت بیست روز از تاریخ ابلاغ آن قابل تجدیدنظرخواهی در شورای فرهنگی دانشگاه می‌باشد.

**دبیرخانه کمیته ناظر بر نشریات دانشگاه علوم پزشکی .....**

**تاریخ/امضاء**

این قسمت توسط مدیرمسئول نشریه/شاکی تکمیل گردد:

اصل برگه ابلاغیه فوق به همراه برگه رأی در تاریخ ..... تحویل اینجانب  
مدیرمسئول نشریه دانشگاهی ...../شاکی گردید.

**نام و نام خانوادگی، تاریخ و امضاء**



بخش نهم

## معرفی مراکز و تباطبات نشریات دانشگاه

## معرفی مراکز فعال در زمینه نشریات دانشگاهی

### خانه نشریات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

نشریات دانشجویی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های حضور و مشارکت فعالان دانشجویی در فعالیت‌های فرهنگی است که نقشی بی‌بدیل در پویایی و افزایش نشاط در فضای دانشگاه‌ها ایفا می‌کند. میزان تأثیرگذاری نشریات دانشجویی بر افکار عمومی جامعه دانشگاهی به حدی است که نظر بسیاری از مدیران و سیاستگذاران عرصه فرهنگی را به خود جلب نموده است. در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی صورت گرفته از گذشته تا به امروز جایگاه نشریات دانشجویی همواره جایگاهی متفاوت و قابل توجه بوده و تأثیر و میزان نفوذ این نشریات در معادلات و تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ضرورت پایش و ارزیابی آنها را ضروری می‌نماید. با توجه به افزایش تعداد نشریات دانشجویی، نیاز به تشکیل مجموعه‌ای برای انسجام و نظم بخشی، ارائه مباحث آموزشی و فنی، قانونمند کردن انتشار و حمایت از این نشریات، ضروری به نظر می‌رسید و در همین راستا اداره کل امور فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در سال ۱۳۷۸ اقدام به تاسیس، خانه نشریات دانشجویی در این وزارتخانه کرد که تاکنون به فعالیت‌های خود در این زمینه ادامه داده است.

خانه نشریات وزارت علوم از بدو تاسیس تاکنون با هدف برنامه‌ریزی، ساماندهی، حمایت و نظارت بر نشریات دانشجویی به فعالیت پرداخته و در این راستا برنامه‌های مختلفی از جمله برگزاری دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری، تدوین کتب و جزوات آموزشی، بررسی پژوهش و



تحلیل محتوای نشریات دانشجویی، برگزاری جشنواره‌های منطقه‌ای و موضوعی و... را در دستور کار خود قرار داد و در تلاش است تا با ارتقای سطح کمی و کیفی، تقویت و ارتقای مهارت‌های فعالان این حوزه گام‌های مؤثری در این راستا بردارد.

بر همین اساس خانه نشریات وزارت علوم از مدت‌ها پیش، از دانشگاه‌های زیر مجموعه درخواست کرد تا برای ایجاد و راه‌اندازی خانه‌های نشریات در دانشگاه‌ها اقدام کنند، تا دانشگاه‌ها برای تقویت و توسعه فعالیت نشریاتی فعالانه وارد میدان شوند، در اجرای این موضوع در مدت سالیان اخیر راه‌اندازی خانه نشریات در دانشگاه‌ها بارها کلید خورده و در برخی از دانشگاه‌ها بسیار قوی ظاهر شدند.

در بررسی‌ها و نظارت‌های انجام شده اخیر آسیب‌ها و نقاط ضعف در برخی دانشگاه‌ها شناسایی شد که در نظر است با برنامه‌ریزی‌های سازمان یافته در آینده نزدیک مشکلات رفع شده و شاهد شکوفایی نشریات این دانشگاه‌ها نیز باشیم.

از جمله موارد شناسایی شده در دانشگاه‌ها می‌توان به ساختار ناهمگون خانه‌های نشریات، نبود تعامل کافی با فعالان حوزه نشریات و مدیران دانشگاهی، ضعف در برنامه‌های آموزشی، نگاه فوق برنامه‌ای به نشریات، ضعف و نادیده گرفتن اهمیت تحلیل محتوای نشریات دانشجویی و نبود توجه کافی به کار تیمی در حوزه نشریات دانشجویی اشاره کرد که هر یک از این موارد می‌تواند به‌عنوان مانع و چالشی فراروی توسعه و تقویت عرصه مطبوعات دانشجویی قلمداد شود.

اما آنچه مهم است رویکرد آینده‌نگرانه در حوزه نشریات دانشجویی است. امروزه هم در خانه نشریات دانشگاهی وزارت علوم و هم در دانشگاه‌ها بر اهمیت آسیب شناسی این حوزه تأکید دارند.

اتفاق میمون و مبارک تغییر نگاه فوق برنامه‌ای و اوقات فراغتی به فعالیت‌های این حوزه است. برنامه‌ریزی در جهت جلوگیری از برخوردهای حذفی و گسترش تعاملات میان فعالان این حوزه و مسؤولان دانشگاهی، تعیین کارهای ویژه برای خانه‌های نشریات، توجه به نظام ارزیابی و رتبه‌بندی نشریات دانشجویی، جایگزین نمودن رویکردهای جدید برای آموزش فعالان نشریات و تلاش در جهت حاکم کردن نگاه محتوایی و نیز اهمیت تولیدی بودن محتوای آن از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران و کارشناسان این حوزه در دوران جدید است.

با این وجود آنچه مهم است تقویت جایگاه کارشناسان حوزه نشریات دانشجویی در دانشگاه‌ها و توانمندسازی آنها چه از نظر حقوقی و چه از نظر مهارت‌های روزنامه‌نگاری است؛ کاری که اگر به سرانجام برسد بدون تردید نشریات دانشجویی نقش و جایگاه واقعی خود را در جامعه



دانشگاهی باز خواهند یافت و از حاشیه به متن خواهند آمد و خانه نشریات دانشگاهی با تمام توان و با کمک مدیران، مسوولان و کارشناسان این حوزه و با همراهی فعالان نشریات دانشجویی در دانشگاه‌های سراسر کشور برای نیل به این مهم از هیچ کوششی فروگذار نخواهد کرد. شماره تلفن‌های ۸۲۲۳۳۲۴۷ و ۸۲۲۳۳۲۵۰ پل ارتباطی فعالان اهل قلم و اصحاب رسانه دانشگاهی با خانه نشریات دانشگاهی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است.

### واحد نشریات اداره کل فرهنگی وزارت بهداشت

کلیه امور مربوط به نشریات دانشگاهی، دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور بر عهده واحد نشریات، اداره مشارکت‌های دانشگاهیان معاونت فرهنگی وزارت بهداشت است. واحد نشریات این وزارتخانه، دبیرخانه شورای مرکزی ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی محسوب می‌شود.

با آغاز به کار دولت تدبیر و امید و نگاه حمایتی مدیران فرهنگی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، خوشبختانه نشریات دانشجویی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور، رشد کمی و کیفی چشمگیری پیدا کردند که این رشد در حوزه رسانه دانشگاهی، تا حدود زیادی پویای، نشاط و بالندگی این دانشگاه‌ها را به دنبال داشت.

بر همین اساس واحد نشریات معاونت فرهنگی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای حمایت هر چه بیش‌تر از نشریات دانشگاهی و انسجم بخشی در فعالیت نشریات و حمایت از آنها برنامه‌ها و تدابیر مختلفی را در دستور کار خود قرار داد.

فعالیت‌های خانه نشریات دانشجویی وزارت بهداشت از آغاز فعالیت تاکنون در چهار بخش تدوین شد و نوع ارتباط این دبیرخانه با دست‌اندرکاران نشریات در دانشگاهی علوم پزشکی سراسر کشور و خدمات ارائه شده به چهار دسته تقسیم شده و به اجرا درآمد که عبارتند از:

**- آموزش و پژوهش:** تدوین جزوات آموزشی و آموزش عملی و تجربی روزنامه‌نگاری به دست‌اندرکاران نشریات دانشجویی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور با برگزاری دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری و آموزش اصول و مبانی کار در مطبوعات توسط مدرسان با تجربه رسانه‌های مکتوب؛

**- برنامه‌های اجرایی:** این حوزه قسمت اصلی اهداف و فعالیت‌های خانه نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت را شامل می‌شود. برگزاری همایش مدیران مسوول نشریات دانشجویی به صورت سالانه برای انتخاب نمایندگان دانشجویی عضو کمیته ناظر و نمایندگان دانشجویی شورای مرکزی ناظر و برگزاری جشنواره‌های نشریات دانشجویی؛

**- نظارت و ارزیابی:** نظارت بر فعالیت‌ها و عملکرد نشریات دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور، بر عهده کمیته مرکزی ناظر بر نشریات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی است. واحد نشریات برای ارتقای سطح کمی و کیفی، همچنین آگاهی یافتن از فعالیت‌های و اقدامات انجام شده در حوزه نشریات دانشگاهی و ایجاد انسجام در فعالیت رسانه‌ای آنها، بر کار نشریات دانشگاهی نظارت کرده و با ارزیابی فعالیت‌های نشریات سعی دارد، مشاوره فنی ارائه نماید. نظارت بر عملکرد کمیته‌های ناظر در دانشگاه‌های علوم پزشکی، بررسی شکایات، بازدید از دانشگاه‌ها و تعامل با دست‌اندرکاران نشریات دانشگاهی و گرفتن گزارش منظم از فعالیت کمیته‌های ناظر دانشگاه‌های مختلف، وظایف دبیرخانه کمیته مرکزی ناظر بر نشریات در خانه نشریات دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی است.

**- اطلاع‌رسانی:** ارتباط دوسویه بین واحد نشریات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و فعالان نشریات دانشجویی با راه‌اندازی گروه تلگرام به‌نشانی <https://telegram.me/nashriat> امکان‌پذیر است. کلیه امور مربوط به نشریات دانشگاهی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور توسط واحد نشریات اداره مشارکت‌های دانشگاهیان انجام می‌شود که برخی از فعالیت‌های آن به شرح زیر است:

- نظارت و پیگیری اجرای صحیح آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها و شیوه‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها؛
- بررسی و پیگیری شکایات فعالان نشریات؛
- آسیب‌شناسی مشکلات نشریات و ارائه راهکار برای حل آنها؛
- نظارت بر عملکرد کمیته‌های ناظر دانشگاه‌ها؛
- تشکیل جلسات شورای مرکزی ناظر و تنظیم دستور جلسات؛
- برگزاری جلسات خانه نشریات دانشجویی؛
- برگزاری انتخابات نمایندگان مدیران مسؤول در شورای مرکزی ناظر؛
- برگزاری نشست فعالان نشریات دانشجویی؛
- مشارکت در برگزاری جشنواره سراسری نشریات دانشجویی؛
- برپایی غرفه در نمایشگاه مطبوعات و نمایشگاه نشریات دانشجویی؛
- تهیه نشریات و ویژه‌نامه‌های مناسبی؛
- به‌روز رسانی مداوم بانک اطلاعات نشریات.

خانه نشریات دانشجویی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با هدف مشورت‌گیری از دانشجویان دست‌اندرکار نشریات و تقویت آنها در مرداد ماه سال ۱۳۹۴ تأسیس شد. انتخابات خانه نشریات دانشجویی برای انتخاب اعضای آن، در حاشیه نشست فعالان نشریات دانشجویی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور برگزار شد و از هر منطقه ۲ نفر و در مجموع ۲۰ نفر از مدیران مسؤول نشریات دانشجویی، برای عضویت در شورای مرکزی این خانه انتخاب شدند. در اولین جلسه شورای مرکزی خانه نشریات برای هر یک از مناطق دهگانه وزارت بهداشت وظایف ویژه‌ای مشخص شد و مقرر شد که نمایندگان هر منطقه با استفاده از ظرفیت‌های موجود از جمله صاحب‌نظران منطقه‌ای، فعالان نشریات دانشجویی و همکاری معاونت فرهنگی و دانشجویی دانشگاه‌های علوم پزشکی برای انجام وظایف تعیین شده اقدام کنند. که این وظایف ویژه مناطق دهگانه عبارتند از:

- منطقه مرکزی: تهیه پیش‌نویس شیوه‌نامه رتبه‌بندی و برترین‌ها؛
- منطقه البرز: تهیه پیش‌نویس شیوه‌نامه برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات حوزه نشریات؛
- منطقه جنوب: تهیه پیش‌نویس منشور وفاق و اخلاق حرفه‌ای؛
- منطقه جنوب غرب: ارائه پیشنهاد در خصوص گسترش و ارتقای روزنامه‌نگاری سلامت در نشریات دانشجویی؛
- منطقه شمال: تهیه پیش‌نویس شیوه‌نامه حمایت مالی از نشریات دانشجویی؛
- منطقه شمال شرق: تهیه پیش‌نویس دستورالعمل اجرایی نشریات الکترونیک؛
- منطقه شمال غرب: ارائه پیشنهاد برای اصلاح ضوابط ناظر بر نشریات دانشگاهی و دستورالعمل اجرایی آن؛
- منطقه غرب: تهیه پیش‌نویس شیوه‌نامه برگزاری دوره‌های آموزشی نشریات دانشجویی؛
- منطقه جنوب شرق: مشارکت و همکاری در فرایند ارتباطات و آمار اطلاعات نشریات؛
- منطقه تهران: بررسی مشکلات حقوقی نشریات و خود نظارتی.

شماره تلفن ۰۲۱-۸۱۴۵۵۵۵۶ پل ارتباطی واحد نشریات اداره کل فرهنگی وزارت بهداشت با دست‌اندرکاران و فعالان نشریات دانشگاهی با دبیرخانه نشریات دانشجویی است و فعالان نشریات دانشگاهی می‌توانند برای طرح مشکلات، شکایات و یا ارائه پیشنهادهای خود با کارشناس واحد نشریات تماس بگیرد. همچنین به‌منظور تعامل و ارتباط سازنده کانال تلگرامی این دبیرخانه راه‌اندازی و فعال شده‌است و اطلاع‌رسانی‌های مرتبط نیز از طریق آن انجام می‌شود.

### خانه نشریات دانشگاه آزاد اسلامی

نقش مؤثر دانشگاه آزاد اسلامی در توسعه کشور، به‌عنوان یکی از دانشگاه‌های کارآمد در زمینه‌های علمی و پژوهشی بسیار چشمگیر و قابل توجه است؛ چنانچه پس از انقلاب اسلامی یکی از بزرگ‌ترین حرکت‌ها و نهادهایی که توانسته است در توزیع کیفی علم و تأثیر آن بر جامعه مؤثر باشد، دانشگاه آزاد اسلامی است. این دانشگاه در حال حاضر با بیش از ۴۰۰ واحد و مرکز، در سراسر کشور مبنای ادامه تحصیل را برای یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر از فرزندان ایران اسلامی فراهم کرده است. به طوری که ۵۰ درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، رقمی معادل پنج میلیون نفر متعلق به دانشگاه آزاد اسلامی است.

با عنایت به بیانات مقام معظم رهبری که همواره در فرمایش‌های خود بر ضرورت ایجاد فضای پر نشاط در دانشگاه‌ها تاکید فرموده‌اند. از جمله فرمایش ایشان در مردادماه ۱۳۹۲ در دیدار با دانشجویان که فرمودند: «محیط دانشگاه، محیط جست و جو کردن از نقطه نظرات درست در زمینه سیاسی و در زمینه اداره کشور و همچنین در زمینه مسایل کلان دیگر است.» یکی از مهم‌ترین و کارآمدترین روش‌های جست‌وجوی دیدگاه‌ها و نظرات و ایفای نقش فعال دانشجویان در اداره حال و آینده کشور، استفاده از ظرفیت‌های این قشر نخبه در قالب نشریات دانشجویی است و اینکه نشریات دانشجویی اعم از دانشگاهی، منطقه‌ای و سراسری می‌توانند تأثیری چشمگیری در راستای ارتقای سطح روزنامه‌نگاری در دانشگاه‌های کشور داشته باشند. بر همین اساس معاونت دانشجویی و فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی ۱۲ مرداد ماه سال ۱۳۹۳ آیین‌نامه ضوابط ناظر بر فعالیت نشریات دانشگاهی و دستورالعمل‌های اجرایی مصوبه شورایی انقلاب فرهنگی و در تاریخ ۱۴ مرداد ۱۳۹۴ آیین‌نامه حمایت از نشریات دانشجویی در واحدهای دانشگاهی و اول دیماه ۱۳۹۴ اولین آیین‌نامه جشنواره سراسری نشریات دانشجویی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی را تدوین کرد و با راه‌اندازی دو سامانه (ثبت نشریات دانشجویی توسط واحدهای دانشگاهی و ثبت‌نام در جشنواره سراسری واحدهای دانشگاهی) اقدام به حمایت از فعالان نشریات دانشجویی نموده است.

- داوطلبین شرکت در جشنواره سراسری نشریات با مراجعه به سایت معاونت دانشجویی و فرهنگی به آدرس [www.farhangi.iau.ir](http://www.farhangi.iau.ir) و یا سامانه [1spf.ir](http://1spf.ir) می‌توانند ثبت‌نام نموده و پرینت ثبت نام را به همراه اصل اثر به کارشناس فرهنگی واحد محل تحصیل تحویل نمایند.  
- در خصوص حمایت از نشریات دانشجویی با عنایت به راه‌اندازی سامانه حمایتی در سایت معاونت دانشجویی و فرهنگی، مطابق دستورالعمل، متقاضیان می‌توانند با مراجعه به دفاتر معاونت‌های فرهنگی واحد محل تحصیل خود، مدارک مربوطه را پس از تکمیل تحویل تا



پس از انجام مراحل قانونی از حمایت‌های نقدی تعیین شده بهره‌مند شوند. براساس آیین‌نامه‌های مربوطه، تاکنون ده‌ها دوره آموزشی مختلف شامل: اصول و مبانی روزنامه‌نگاری، آشنایی با قوانین حقوقی، اصول اولیه و حرفه‌ای گرافیک، نحوه برگزاری انتخابات و انتخاب نمایندگان مدیران مسؤؤل نشریات دانشجویی برای عضویت و حضور در جلسات کمیته‌های ناظر و... در سطوح مبتدی و حرفه‌ای توسط واحدهای دانشگاهی برای فعالان و علاقه‌مندان به فعالیت در نشریات دانشجویی برگزار شده‌است.

افزایش تعداد نشریات از ۳۰۰ نشریه به ۷۰۰ نشریه در سال ۱۳۹۴ و ادامه حمایت‌های مادی و معنوی تا رسیدن به سرانه استاندارد از نظر کمی و همچنین سیاست‌های حمایتی و آموزشی برای ارتقای سطح کیفی نشریات مطابق از جمله اقدامات دانشگاه آزاد اسلامی در حمایت از نشریات دانشگاهی است.

#### اداره نشریات دانشجویی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها

اداره نشریات و رسانه‌های دانشجویی معاونت فرهنگی-سیاسی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها یکی از باسابقه‌ترین ادارات در حوزه نشریات دانشجویی می‌باشد که این سابقه و قدمت نشان از اهمیت مبحث رسانه و نشریات دانشجویی در نظر مسؤؤلان این نهاد دارد. اهم وظایف و ماموریت‌های این اداره «برنامه‌ریزی در راستای ارتقای محتوای فرهنگی و دینی نشریات دانشجویی و آموزش فعالان رسانه‌های دانشجویی»، «توانمندسازی نشریات مکتوب و دیجیتال با ارائه آموزش‌های کارگاهی و کلاس‌های حضوری و مجازی» است.

همچنین این مجموعه با همکاری اداره تولیدات رسانه‌ای، در تامین و اشتراک‌گذاری محتوای نشریات دانشجویی و سایت‌های دانشگاهی با راه‌اندازی سایت محراب در راستای تقویت و حمایت از فعالان نشریات دانشجویی تلاش می‌کند. این سایت دانشجویی در حقیقت متشکل از تولیدات و آثار فعالان نشریات دانشگاهی کشور است که با به اشتراک گذاشتن آثارشان به غنا و رشد سطح آثار کمک می‌کند.

اصحاب نشریات دانشجویی دانشگاه‌های کشور می‌توانند جهت کسب مشاوره‌های فنی و حقوقی با شماره تماس ۸۴۲۲۲۳۶۴ کارشناسان این اداره ارتباط برقرار کنند. همچنین پست الکترونیکی [mehrabnews92@gmail.com](mailto:mehrabnews92@gmail.com) و آدرس سایت [Mehrabnews.ir](http://Mehrabnews.ir) پل ارتباطی اداره نشریات و رسانه‌های دانشجویی معاونت فرهنگی-سیاسی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها با فعالان نشریات دانشگاهی است.



بخش دهم

فرم های طوری جشنواره

شرکت دانش جوی کشور

## فرم‌های داوری جشنواره نشریات دانشجویی کشور

### اهداف برگزاری جشنواره‌های نشریات دانشجویی کشور

- توسعه کمی و کیفی نشریات دانشگاهی؛
- ارائه الگوهای موفق نشریات دانشگاهی به دانشجویان و دانشگاهیان؛
- کشف و شناسایی استعدادها و برتر دانشگاهی در حوزه مطبوعات؛
- ایجاد بستر گفت و گو و تعامل سازنده بین فعالان نشریات دانشگاهی؛
- شناسایی و معرفی بیش از پیش ظرفیت‌های نشریات دانشگاهی به مسئولان تصمیم گیر؛
- ایجاد فضایی برای تعامل بین فعالان نشریات دانشگاهی با رسانه‌های حرفه‌ای کشور؛
- آشنایی بیش تر فعالان نشریات دانشگاهی با فضای حرفه‌ای نشریات و رسانه‌ها؛
- ایجاد رقابت سازنده بین نشریات دانشگاهی در راستای تحقق نشریات حرفه‌ای.



نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور خبر



فرم داوری بخش آثار برتر - (خبر)

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

امتیاز کسب شده	حداکثر امتیاز	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	شاخص‌ها	ردیف
	۱۸	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتر با متن، تکرار نکردن واژه در تیتر، تیتر یا روتیتر فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتر	تیتر	۱
	۱۷	طولانی نبودن، هماهنگی با تیتر، بیان مهم‌ترین بخش رویداد، ترغیب مخاطب، استفاده مناسب از عناصر خبری، مبهم نبودن، استفاده مناسب از انواع لید، شروع نشدن با حرف‌اضافه	لید	۲
	۱۰	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی یا تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	سوزه	۳
	۱۰	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	صحت	۴
	۲۰	استفاده از سبک مناسب، رعایت اصول سبک مورد استفاده، استفاده مکفی از نقل‌قول، استفاده از پیشینه خبر	سبک تنظیم	۵
	۱۰	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	درست‌نویسی	۶
	۱۵	استفاده مناسب از عناصر خبری، درج منبع، اقتناع مخاطب، تناسب حجم خبر با موضوع	جامعیت	۷
	۱۰۰		مجموع	

## نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشجویی کشور - محور گزارش

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیترا

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

## فرم داوری بخش آثار برتر - (گزارش)

کد اثر:  نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حد اکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیترا	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیترا با متن، تکرار نکردن واژه در تیترا، تیترا یا روتیترا فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیترا	۱۵	
۲	ساختار	ورودی، متن، پایان‌بندی، تناسب ورودی و پایان‌بندی	۲۵	
۳	سوزه	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۰	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	ارکان گزارش	مشاهده و بررسی زوایای میدانی موضوع از سوی گزارشگر، مصاحبه با دانشجویان، کارشناسان و مسئولان به فراخور موضوع، تحقیق درباره ابعاد مختلف مساله	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم گزارش با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املایی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور تیتز نویسی



**نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیتز**

شماره:  
تاریخ:  
پوست:  
Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

**فرم داوری بخش آثار برتر - (تیتز)**

کد اثر: \_\_\_\_\_ نام داور: \_\_\_\_\_

دور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	توجه به نقش‌های تیتز	بیان پیام مطلب به شکلی کوتاه و فشرده، ترغیب خوانندگان به خواندن خبر، تعیین وزن و اهمیت مطلب، تفکیک مطالب از یکدیگر، کمک به زیباتر شدن صفحات و ...	۱۰	
۲	رعایت قواعد تیتز نویسی	موردی همچون با حرف اضافه شروع نشدن، کوتاه بودن، پایان نیافتن با فعل منفی، پرهیز از تکرار واژه‌ها، استفاده از نقل قول غیرمستقیم، استنباط، استفاده از فعل مناسب و ... (با رعایت استثنائات تیتز نویسی)	۲۵	
۳	سوز	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسائل دانشگاه و دانشجو	۱۰	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی و ...	۱۰	
۵	انواع تیتز	تیتزهای استنباطی، اقتاعی، دوتیتزه، آوانگارد و ...	۱۰	
۶	استفاده از اجزای تیتز	استفاده از روتیتز، زیرتیتز و سایر اجزای تیتز در صورت لزوم	۱۰	
۷	خلاقیت	استفاده از واژه‌ها یا عناصری که تیتز را جذاب می‌کنند؛ نحوه جالب چینش و یا هر موضوع دیگری که باعث جذابیت شود.	۱۵	
۸	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری، روشن بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

## نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مصاحبه

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیترا

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

## فرم داوری بخش آثار برتر - (مصاحبه)

نام داور:  دور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حد اکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیترا	جلب نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیترا با متن، تکرار نکردن واژه در تیترا، تیترا یا روتیترا فعل دار باشد، استفاده از اجزای تیترا	۲۰	
۲	اشاره	طرح موضوع، طرح پرسش درباره موضوع مطرح شده، معرفی مصاحبه شونده، نقطه عطف سخنان مصاحبه شونده، شرایط و موقعیت مصاحبه	۱۵	
۳	سوژه	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی یا تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۰	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	پرسش‌های مطرح شده	پرسش‌های اولیه مناسب، پرسش‌های ثانویه مناسب، کیفیت طرح پرسش اول، کیفیت طرح پرسش آخر	۲۰	
۶	چگونگی اداره مصاحبه	نظم منطقی طرح پرسش‌ها، تناسب بین پرسش‌ها و پاسخ‌ها، گره‌گشایی از تمام پرسش‌ها، طولانی نبودن بی جهت مصاحبه پرسش‌های غیرمنتظره	۱۵	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، سادهنویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله دینی و قرآنی

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی

تیتر

شماره:

تاریخ:

پست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله دینی و قرآنی)

کد اثر:  نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتر	جلب نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتر با متن، تکرار نکردن واژه در تیتر، تیتر یا روتیتر فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتر	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوز	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله سیاسی و اجتماعی

**نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیترا**

شماره:  
تاریخ:  
پیوست:  
Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

**فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله اجتماعی)**

نام داور:  دور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیترا	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلافت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیترا با متن، تکرار نکردن واژه در تیترا، تیترا یا روتیترا فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیترا	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوز	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله ادبی


  
**نهمین جشنواره**  
**سراسری نشریات**  
**دانشجویی**  
**تیتراژ**  
 شماره:  
 تاریخ:  
 پیوست:  
 Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

**فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله ادبی)**

کد اثر:  نام داور:  داور اول:  دور دوم:   
 عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتراژ	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتراژ با متن، تکرار نکردن واژه در تیتراژ، تیتراژ یا روتیتراژ فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتراژ	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوز	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی یا تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املایی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

## نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله اقتصادی

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی

تیتر

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله اقتصادی)

کد اثر: نام داور: نام داور اول: دور دوم:  کپی بودن اثر  تکراری بودن اثر  عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده

رديف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حد اکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتر	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتر با متن، تکرار نکردن واژه در تیتر، تیتر یا روتیتر فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتر	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوزه	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	



نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله صنفی

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی

تیتراژ

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله صنفی)

کد اثر:  نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتراژ	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتراژ با متن، تکرار نکردن واژه در تیتراژ، تیتراژ یا روتیتراژ فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتراژ	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوز	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط‌های املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله فرهنگی

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیترا

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله فرهنگی)

نام اثر:  نام داور:  دور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیترا	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیترا با متن، تکرار نکردن واژه در تیترا، تیترا یا روتیترو فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیترا	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوزه	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله سیاسی

  
**نهمین جشنواره**  
**سراسری نشریات**  
**دانشجویی**  
**تیتر ۹**  
 شماره:  
 تاریخ:  
 پست:  
 Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

**فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله سیاسی)**

امتیاز کسب شده	حداکثر امتیاز	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	شاخص‌ها	ردیف
	۱۵	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتر با متن، تکرار نکردن واژه در تیتر، تیتر یا روتیتر فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتر	تیتر	۱
	۲۰	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	ساختار	۲
	۱۵	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی یا تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	سوز	۳
	۱۰	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	صحت	۴
	۲۰	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	۵
	۱۰	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	جامعیت	۶
	۱۰	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	درست‌نویسی	۷
	۱۰۰		مجموع	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور مقاله هنری



**نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیترا**

شماره:  
تاریخ:  
پوست:  
Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

**فرم داوری بخش آثار برتر - (مقاله هنری)**

کد اثر:  نام داور:  داور اول؛  دور دوم؛

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیترا	جلب نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیترا با متن، تکرار نکردن واژه در تیترا، تیترا یا روتیترا فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیترا	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوژه	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور سرمقاله و یادداشت



نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (سرمقاله و یادداشت)

نام داور:  داور اول:  دور دوم:

کد اثر:  عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

رديف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتر	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتر با متن، تکرار نکردن واژه در تیتر، تیتر یا روتیتر فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتر	۱۵	
۲	ساختار	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب	۲۰	
۳	سوز	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی یا تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	رعایت ارکان مقاله‌نویسی	وحدت موضوع، وحدت زمان، وحدت مکان، انسجام، استنتاج	۲۰	
۶	جامعیت	ارایه آمار و اطلاعات، آوردن استدلال‌های مخالف، قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع، ارایه جدول، نمودار و ...	۱۰	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۱۰	
	مجموع		۱۰۰	

## نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور طرح

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیترا

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

## فرم داوری بخش آثار برتر (طرح)

کد اثر: نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	سوز	ارتباط طرح با فضای دانشگاهی و مسایل دانشگاه	۲۰	
۲	تکنیک	غنای تکنیکی و فنی اثر و ترسیم مناسب، حرفه‌ای و معنادار	۲۵	
۳	رنگ	استفاده از رنگ‌های مناسب و متنوع (در صورت سفید و سیاه بودن، استفاده مناسب از نور و ...)	۱۰	
۴	محتوا	هدفمندی اثر و میزان موفقیت در انتقال آسان و اثرگذار پیام	۲۵	
۵	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی در ترکیب عکس، طرح و متن؛ تکراری نبودن، کلیشه‌ای نبودن	۲۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور طرح روی جلد



Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (طرح روی جلد)

کد اثر:  نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتراژ	استفاده از چند تیتراژ، استفاده از تیتراژ یک در جای مناسب و با فونت و اندازه مناسب، استفاده از اجزای تیتراژ، نحوه چینش تیتراژها	۱۵	
۲	عکس یا طرح و رنگ	استفاده از طرح یا عکس مناسب و با کیفیت، استفاده بجا و منطقی از رنگ‌های مناسب و متنوع	۲۵	
۳	سوزنه	ارتباط طرح جلد با موضوع تیتراژ یک و محتوای نشریه و فضای دانشگاهی	۱۵	
۴	ترکیب	ترکیب متوازن، مناسب و منطقی عناصر عکس، خط، ترام، رنگ‌ها و ...	۱۵	
۵	لوگو	زیبایی لوگو و شناسنامه زیر آن و محل مناسب درج آنها، بامفهوم بودن، مرتبط بودن با موضوع نشریه و طراحی حرفه‌ای	۱۰	
۶	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی در ترکیب عکس، طرح و متن	۱۵	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املائی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن	۵	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور طنز

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی  
تیتراژ

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (طنز)

نام داور:  داور اول:  دور دوم:

کد اثر:  عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حد اکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	تیتراژ	جلب‌نظر خواننده، مستقل از متن بودن، کوتاه بودن، روشن و دقیق بودن، خلاقیت، شروع نشدن با حرف اضافه، هماهنگی تیتراژ با متن، تکرار نکردن واژه در تیتراژ، تیتراژ یا رویتیتراژ فعل‌دار باشد، استفاده از اجزای تیتراژ	۱۵	
۲	ساختار مطلب	مقدمه جذاب، پایان‌بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان‌بندی متن منسجم و جذاب؛ خلاقیت و نوآوری در نوشتار، استفاده از حکایت‌ها، استعاره‌ها، کنایه‌ها و ضرب‌المثل‌ها و ...	۲۰	
۳	سوژه	ارتباط مطلب با فضای دانشگاهی و مسایل دانشجویان	۱۵	
۴	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام‌آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی	۱۰	
۵	سبک نگارش	تصویرپردازی و موشکافی با نقد سالم و سازنده، استفاده از نگارش جذاب و خواندنی، حفظ ادب و احترام در نگارش	۲۰	
۶	جامعیت	قدرت تحلیل، اقتناع مخاطب، تناسب حجم مطلب با موضوع	۷	
۷	درست‌نویسی	نداشتن غلط املایی، ساده‌نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری روشن و بدون ابهام بودن، رعایت ایجاز	۱۳	
	مجموع		۱۰۰	



نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور عکس

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی

تیتر ۹

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر (عکس)

کد اثر:		نام داور:	داور اول: <input type="checkbox"/>	دور دوم: <input type="checkbox"/>
عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده <input type="checkbox"/>		تکراری بودن اثر <input type="checkbox"/>	کپی بودن اثر <input type="checkbox"/>	
ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	سوزه	ارتباط عکس با فضای دانشگاهی و مسایل دانشگاه	۱۰	
۲	مسایل تکنیکی	رعایت مسایل تکنیکی در عکاسی مانند نورسنجی، سرعت‌سنجی و ...	۳۰	
۳	کادربندی	استفاده از کادر مناسب و دقیق برای رساندن مفهوم	۱۵	
۴	محتوا	هدفمندی اثر و میزان موفقیت در انتقال آسان و اثرگذار پیام	۲۵	
۵	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی در ترکیب عناصر به کار رفته در عکس؛ تکراری نبودن، کلیشه‌ای نبودن	۲۰	
	مجموع		۱۰۰	

## نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور کاریکاتور

نهمین جشنواره  
سراسری نشریات  
دانشجویی

تیتر

شماره:

تاریخ:

پوست:

Titr9.ir

نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر (کاریکاتور)

کد اثر:  نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱	سوژه	ارتباط کاریکاتور با فضای دانشگاهی و مسایل دانشگاه	۲۰	
۲	تکنیک	غناي تکنیکی و فنی اثر و ترسیم مناسب، حرفه‌ای و معنادار	۲۵	
۳	رنگ	استفاده از رنگ‌های مناسب و متنوع (در صورت سفید و سیاه بودن، استفاده مناسب از نور و ...)	۱۰	
۴	محتوا	هدفمندی اثر و میزان موفقیت در انتقال آسان و اثرگذار پیام	۲۵	
۵	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی در ترکیب عکس، طرح و متن؛ تکراری نبودن، کلیشه‌ای نبودن	۲۰	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش آثار برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - محور گرافیک و صفحه‌آرایی



نهمین جشنواره سراسری نشریات دانشجویی کشور

فرم داوری بخش آثار برتر - (گرافیک و صفحه‌آرایی)

نام داور:  داور اول:  دور دوم:

عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت‌شده  تکراری بودن اثر  کپی بودن اثر

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب‌شده
۱	لوگو	طراحی مناسب لوگو و درج شناسنامه زیر لوگو، شمارگان و ...	۸	
۲	طرح جلد	تصویرسازی و خلق مفاهیم گرافیکی طرح روی جلد اعم از عکس و طرح و درج چند تیتر مهم محتوا	۲۰	
۳	فهرست و شناسنامه	صفحه فهرست و شناسنامه، فهرست مطالب، شماره صفحه و زیبایی بصری و ...	۱۰	
۴	پشت جلد	استفاده مناسب از پشت جلد و ...	۳	
۵	طراحی صفحات	لبات صفحات، کلیشه صفحات و سرصفحه‌های زیبا و جذاب، قرار گرفتن شماره صفحات در جای مناسب، ستون‌بندی مناسب و چینش مناسب متن و اجزای تیتر	۲۰	
۶	گرافیک صفحات	چینش مناسب تصاویر، کادر، خط، ترام و ...	۱۵	
۷	رنگ	استفاده مناسب از رنگ‌های مختلف	۱۰	
۸	کیفیت چاپ	کیفیت مناسب چاپ، صحافی و برش مناسب قطع	۱۰	
۹	نوآوری	نوآوری و خلاقیت در صفحه‌آرایی	۴	
	مجموع		۱۰۰	

نمونه فرم داوری بخش نشریات برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - دینی و قرآنی

نام داور:		نام داور اول: <input type="checkbox"/> دور دوم: <input type="checkbox"/>		عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده <input type="checkbox"/>		تکراری بودن اثر <input type="checkbox"/>		کیفی بودن اثر <input type="checkbox"/>	
ردیف	ساختار کلی نشریه	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز داوری				
۱	اصول محتوایی	اصول مطبوعاتی	داشتن سرمقاله یا یادداشت نخست	۲					
			کمیت و کیفیت استفاده از قالب‌های متفاوت‌روزنامه‌نگاری مانند خبر، مصاحبه، گزارش و مقاله و رعایت اصول حرفه‌ای و تناسب استفاده از آنها با زمینه انتشار	۸					
			استفاده از سایر قالب‌ها مانند طنز، کاریکاتور، ترجمه، قطعه ادبی، ستون خوانندگان، شعر، جدول، مسابقه و سرگرمی، خاطره، احادیث و ...	۴					
			بیان منابع و آوردن نام نویسندگان و رشته تحصیلی آنان	۳					
			استفاده از تیترهای جذاب و مناسب و همچنین اجزای تیتیر در مطالب مختلف	۳					
		ویراستاری	تولیدی و به‌روز بودن مطالب	۶					
			ارتباط موضوعات کار شده با مخاطبان با تاکید بر دانشجوی و دانشگاه	۴					
			ساده و روان‌نویسی مطالب	۳					
			رعایت دستور زبان و آیین نگارش فارسی	۷					
۲	اصول گرافیکی	طرح روی جلد	زیبا و هنری بودن لوگو و رعایت اصول طراحی آن، درج شناسنامه زیر لوگو و ...	۵					
			طرح یا عکس روی جلد هدفمند، پیام‌دار و زیبا، ترکیبی مناسب از چند تیتیر	۸					
			خلاقیت در طراحی جلد و استفاده مناسب از رنگ‌ها	۷					
			صفحه فهرست، درج شناسنامه، عناوین محتوا با شماره صفحه	۳					
			ستون‌بندی مناسب و زیبا و چینش مناسب عناصر صفحه	۷					
		صفحه‌ارایی	تناسب نوع و اندازه قلم و ثبات قلم در محتوا	۳					
			طراحی و چینش مناسب تیتیر و اجزای تیتیر	۳					
			استفاده مناسب و بجا از تصاویر و طرح‌های ابتکاری و زیبا	۳					
			استفاده مناسب از فضای صفحه و خلق مفاهیم گرافیکی	۳					
			استفاده از سرصفحه و کلیشه و رعایت ثبات در تمام صفحات	۳					
۳	سایر موارد	اصول فنی	کیفیت چاپ یا تکثیر و صحافی	۳					
			استمرار انتشار نشریه	۲					
			خلاقیت و ابتکارهای ویژه مانند تغییرات در قطع	۴					
			استقلال مالی نشریه، درج قیمت، داشتن فرم اشتراک و پذیرش آگهی مرتبط	۴					
			داشتن نسخه الکترونیک	۲					
	مجموع			۱۰۰					

نمونه فرم داوری بخش نشریات برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور - سیاسی

نام اثر:		نام داور:		عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده <input type="checkbox"/>		تکراری بودن اثر <input type="checkbox"/>		کیفی بودن اثر <input type="checkbox"/>		دور اول: <input type="checkbox"/> دور دوم: <input type="checkbox"/>										
ردیف	ساختار کلی نشریه	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز داوری															
۱	اصول محتوایی	اصول مطبوعاتی	داشتن سرمقاله یا یادداشت نخست	۲		اصول مطبوعاتی	کمیت و کیفیت استفاده از قالب‌های متفاوت روزنامه‌نگاری مانند خبر، مصاحبه، گزارش و مقاله و رعایت اصول حرفه‌ای و تناسب استفاده از آنها با زمینه انتشار	۸	اصول محتوایی	اصول مطبوعاتی	اصول مطبوعاتی	اصول مطبوعاتی								
			استفاده از سایر قالب‌ها مانند طنز، کاریکاتور، ترجمه، قطعه ادبی، ستون خوانندگان، شعر، جدول، مسابقه و سرگرمی، خاطره، احادیث و ...	۴																
			بیان منابع و آوردن نام نویسندگان و رشته تحصیلی آنان	۳																
			استفاده از تیترهای جذاب و مناسب و همچنین اجزای تیتر در مطالب مختلف	۳																
			تولیدی و به‌روز بودن مطالب	۶																
			ارتباط موضوعات کار شده با مخاطبان با تاکید بر دانشجو و دانشگاه	۴																
		ویراستاری	ساده و روان نویسی مطالب	۳	ویراستاری	اصول محتوایی	اصول مطبوعاتی	اصول مطبوعاتی	اصول محتوایی	اصول مطبوعاتی	اصول مطبوعاتی	اصول مطبوعاتی	اصول مطبوعاتی							
			رعایت دستور زبان و آیین نگارش فارسی	۷																
			زیبا و هنری بودن لوگو و رعایت اصول طراحی آن، درج شناسنامه زیر لوگو و ...	۵																
			طرح یا عکس روی جلد هدفمند، پیام‌دار و زیبا، ترکیبی مناسب از چند تیتر	۸																
۲	اصول گرافیکی	طرح روی جلد	خلاقیت در طراحی جلد و استفاده مناسب از رنگ‌ها	۷	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی									
			صفحه فهرست، درج شناسنامه، عناوین محتوا با شماره صفحه	۳																
			ستون‌بندی مناسب و زیبا و چینش مناسب عناصر صفحه	۷																
		صفحه‌آرایی	تناسب نوع و اندازه قلم و ثبات قلم در محتوا	۳								صفحه‌آرایی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی
			طراحی و چینش مناسب تیتر و اجزای تیتر	۳																
			استفاده مناسب و بجا از تصاویر و طرح‌های ابتکاری و زیبا	۳																
			استفاده مناسب از فضای صفحه و خلق مفاهیم گرافیکی	۳																
			استفاده از سرصفحه و کلیشه و رعایت ثبات در تمام صفحات	۳																
			کیفیت چاپ یا تکثیر و صحافی	۳																
			استمرار انتشار نشریه	۲																
اصول فنی	خلاقیت و ابتکارهای ویژه مانند تغییرات در قطع	۴	اصول فنی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی	اصول گرافیکی									
	استقلال مالی نشریه، درج قیمت، داشتن فرم اشتراک و پذیرش آگهی مرتبط	۴																		
	داشتن نسخه الکترونیک	۲																		
	مجموع			۱۰۰																

نمونه فرم داوری بخش نشریات برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور  
فرهنگی و اجتماعی، هنری، ادبی و صنفی

نام داور:		کد اثر:	
تکراری بودن اثر <input type="checkbox"/>		عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده <input type="checkbox"/>	
داور اول: <input type="checkbox"/>		داور دوم: <input type="checkbox"/>	
کپی بودن اثر <input type="checkbox"/>			
امتیاز داوری	حداکثر امتیاز	شاخص‌ها	ساختار کلی نشریه
	۲	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	ردیف
	۱۲	داشتن سرمقاله یا یادداشت نخست	۱
	۸	کمیت و کیفیت استفاده از قالب‌های متفاوت روزنامه‌نگاری مانند خبر، مصاحبه، گزارش و مقاله و رعایت اصول حرفه‌ای و تناسب استفاده از آنها با زمینه انتشار استفاده از سایر قالب‌ها مانند طنز، کاریکاتور، ترجمه، قطعه ادبی، ستون خوانندگان، شعر، جدول، مسابقه و سرگرمی، خاطره، احادیث و ...	
	۳	بیان منابع و آوردن نام نویسندگان و رشته تحصیلی آنان	
	۴	استفاده از تیترهای جذاب و مناسب و همچنین اجزای تیتیر در مطالب مختلف	
	۷	تولیدی و به‌روز بودن مطالب	
	۷	ارتباط موضوعات کار شده با مخاطبان با تاکید بر دانشجو و دانشگاه	
	۳	ساده و روان‌نویسی مطالب	
	۷	رعایت دستور زبان و آیین نگارش فارسی	
	۳	زیبا و هنری بودن لوگو و رعایت اصول طراحی آن، درج شناسنامه زیر لوگو و ...	
	۴	طرح یا عکس روی جلد هدفمند، پیام‌دار و زیبا، ترکیبی مناسب از چند تیتیر	
	۳	خلاقیت در طراحی جلد و استفاده مناسب از رنگ‌ها	
	۳	صفحه فهرست، درج شناسنامه، عناوین محتوا با شماره صفحه	
	۷	ستون‌بندی مناسب و زیبا و چینش مناسب عناصر صفحه	
	۳	تناسب نوع و اندازه قلم و ثبات قلم در محتوا	
	۳	طراحی و چینش مناسب تیتیر و اجزای تیتیر	
	۳	استفاده مناسب و بجا از تصاویر و طرح‌های ابتکاری و زیبا	
	۳	استفاده مناسب از فضای صفحه و خلق مفاهیم گرافیکی	
	۳	استفاده از سرصفحه و کلیشه و رعایت ثبات در تمام صفحات	
	۳	کیفیت چاپ یا تکثیر و صحافی	۳
	۲	استمرار انتشار نشریه	
	۱	خلاقیت و ابتکارهای ویژه مانند تغییرات در قطع	
	۴	استقلال مالی نشریه، درج قیمت، داشتن فرم اشتراک و پذیرش آگهی مرتبط	
	۲	داشتن نسخه الکترونیک	
	۱۰۰	مجموع	

نمونه فرم داوری بخش نشریات برتر جشنواره نشریات دانشگاهی کشور  
نشریات تخصصی علوم انسانی، فنی و مهندسی، علوم پایه و علوم پزشکی

نام داوری:		نام داوری:		نام داوری:		نام داوری:	
دور اول: <input type="checkbox"/>		دور دوم: <input type="checkbox"/>		عدم تطابق اثر با بخش و زمینه ثبت شده <input type="checkbox"/>		تکراری بودن اثر <input type="checkbox"/>	
کپی بودن اثر <input type="checkbox"/>		کپی بودن اثر <input type="checkbox"/>		کپی بودن اثر <input type="checkbox"/>		کپی بودن اثر <input type="checkbox"/>	
ردیف	ساختار کلی نشریه	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص	حداکثر امتیاز	امتیاز داوری		
۱	اصول محتوایی	اصول مطبوعاتی	داشتن سرمقاله یا یادداشت نخست	۲			
			کمیت و کیفیت استفاده از قالب‌های متفاوت روزنامه‌نگاری مانند خبر، مصاحبه، گزارش و مقاله و رعایت اصول حرفه‌ای و تناسب استفاده از آنها با زمینه انتشار	۱۲			
			استفاده از سایر قالب‌ها مانند طنز، کاریکاتور، ترجمه، قطعه ادبی، ستون خوانندگان، شعر، جدول، مسابقه و سرگرمی، خاطره، احادیث و ...	۸			
			بیان منابع و آوردن نام نویسندگان و رشته تحصیلی آنان	۳			
			استفاده از تیترهای جذاب و مناسب و همچنین اجزای تیترو در مطالب مختلف	۴			
			تولیدی و به‌روز بودن مطالب	۷			
			ارتباط موضوعات کار شده با مخاطبان با تاکید بر دانشجو و دانشگاه	۷			
	ویراستاری		ساده و روان‌نویسی مطالب	۳			
			رعایت دستور زبان و آیین نگارش فارسی	۷			
۲	اصول گرافیکی	طرح روی جلد	زیبا و هنری بودن لوگو و رعایت اصول طراحی آن، درج شناسنامه زیر لوگو و ...	۳			
			طرح یا عکس روی جلد هدفمند، پیام‌دار و زیبا، ترکیبی مناسب از چند تیترو	۴			
			خلاقیت در طراحی جلد و استفاده مناسب از رنگ‌ها	۳			
		صفحه‌آرایی	صفحه فهرست، درج شناسنامه، عناوین محتوا با شماره صفحه	۳			
			ستون‌بندی مناسب و زیبا و چینش مناسب عناصر صفحه	۷			
			تناسب نوع و اندازه قلم و ثبات قلم در محتوا	۳			
			طراحی و چینش مناسب تیترو و اجزای تیترو	۳			
			استفاده مناسب و بجا از تصاویر و طرح‌های ابتکاری و زیبا	۳			
			استفاده مناسب از فضای صفحه و خلق مفاهیم گرافیکی	۳			
			استفاده از سرصفحه و کلیشه و رعایت ثبات در تمام صفحات	۳			
۳	سایر موارد	اصول فنی	کیفیت چاپ یا تکثیر و صحافی	۳			
			استمرار انتشار نشریه	۲			
			خلاقیت و ابتکارهای ویژه مانند تغییرات در قطع	۱			
			استقلال مالی نشریه، درج قیمت، داشتن فرم اشتراک و پذیرش آگهی مرتبط	۴			
			داشتن نسخه الکترونیک	۲			
	مجموع			۱۰۰			

## منابع:

- روزنامه‌نگاری در نشریات دانشجویی، امیر هوشنگ قلندری، تهران، مؤلف، ۱۳۸۵؛
- صفحه‌آرایی روزنامه و مجله، کامران افشار مهاجر، تهران، فاطمی، ۱۳۸۸؛
- راهنمای عملی صفحه‌آرایی، کامران افشار مهاجر، تهران، رایناک، ۱۳۷۲؛
- مبادی سواد بصری، دونیس داندیس، ترجمه مسعود سپهر، تهران، انتشارات صدا و سیما، ۱۳۶۸؛
- گرافیک مطبوعاتی، دکتر کامران افشار مهاجر، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۹.