

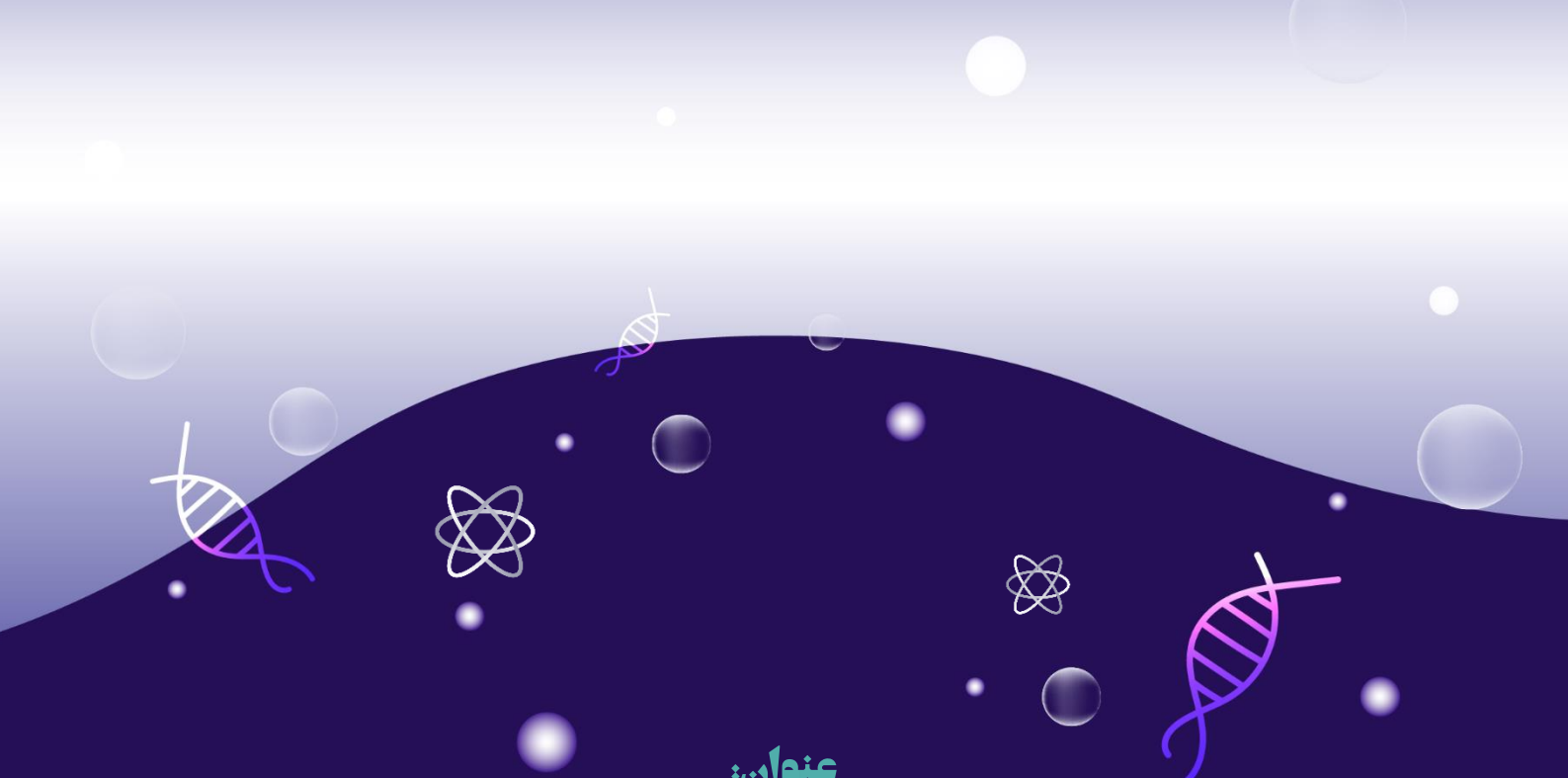


شیرود نامه نشریه علمی دانشجوئی

منداکیف

(ویرایش دوم شیرود نامه کیمیا انجمن شیمی دانشگاه لرستان)





عنوان:

شیوه نامه نشریه علمی دانشجویی مندلیف

صاحب امتیاز نشریه مندلیف:

اتحادیه انجمن های علمی دانشجویی شیمی ایران

نویسندگان:

مهدیس مرساقیان، مدیر مسئول و گرافیکست نشریه کیمیا (به مدت ۲ سال)

مریم معظمی گودرزی، سردبیر نشریه کیمیا (به مدت ۲ سال)

ایمان ستایش فر، ویراستار فنی و عضو هیئت تحریریه نشریات دانشجویی

فهرست

۴	معرفی نشریات دانشجویی
۶	تیتیر
۷	مصاحبه
۹	طنز
۱۰	طرح جلد
۱۱	صفحه آرایی
۱۲	مسابقه
۱۳	عکس
۱۴	یادداشت
۱۵	مقاله
۱۸	خبر
۲۱	اینفوگرافیک (طرح)
۲۳	کاریکاتور
۲۴	سرمقاله
۲۵	گزارش
۲۸	ترجمه
۲۹	ویراستاری ادبی
۳۲	محتوای چند رسانه‌ای (صوتی و تصویری)
۳۳	راه‌های ارتباطی

نشریات علمی دانشجویی، بستری برای رشد و شکوفایی علمی

نشریات علمی دانشجویی بستری ارزشمند برای شکوفایی ایده‌های نو، انتشار یافته‌های پژوهشی و تبادل دیدگاه‌های دانشجویان در حوزه‌های مختلف علمی است. این نشریات که توسط انجمن‌های علمی دانشجویی دانشگاه‌ها و تحت نظارت اساتید منتشر می‌شوند، با فراهم آوردن فضایی مناسب برای انتشار آثار دانشجویان، فرهنگ پژوهش و نوآوری را در میان آنان تقویت کرده و زمینه نقد سازنده و ارتقای آگاهی را فراهم می‌آورند.

اتحادیه انجمن‌های علمی دانشجویی شیمی ایران

اتحادیه انجمن‌های علمی دانشجویی شیمی کشور در سال ۱۳۹۴ با اخذ مجوز از کمیته پشتیبانی و نظارت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تاسیس گردید. از زمان تاسیس تا مهرماه سال ۱۴۰۳ هشت دوره انتخابات اتحادیه برگزار شده است. این اتحادیه از ابتدای تاسیس تا کنون رسالت خود را بر گسترش علم شیمی، پیشبرد فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، نمایان کردن پتانسیل دانشجویان، ساماندهی فعالیت‌های علمی دانشجویی و... بنا نهاده است. در دو سال اخیر با توجه به اهمیت صنعت در شیمی ارتباطات و همکاری‌های بسیار خوبی میان صنایع مختلف و اتحادیه شکل گرفته و تفاهم‌نامه‌های ارزشمندی نیز به امضا رسیده است. هدف اتحادیه علاوه بر فعالیت‌های آموزشی، شناساندن نیروی کار متخصص به صنایع مختلف و ایجاد بستری برای حرکت دانشجویان به سمت کارآفرینی می‌باشد.

هم اکنون با احیای مجدد نشریه علمی دانشجویی «مندلیف» با صاحب امتیازی اتحادیه، پس از حدود دو سال وقفه، فرصتی ارزشمند برای تقویت روحیه پژوهشگری و نوآوری در میان دانشجویان فراهم شده است. امیدواریم این نشریه بتواند به بستری مناسب برای تبادل ایده‌ها و بهبود فضای علمی کشور تبدیل شود و به پویایی و نشاط بیش‌تر دانشجویان به‌عنوان آینده‌سازان کشورمان ایران، کمک کند.

مندلیف، کاتالیزوری برای همکاری و پژوهش.

برخی از اهداف نشریه علمی دانشجویی مندلیف عبارتند از:

- ✓ توسعه روحیه انتقادی دانشجویان با ایجاد فضایی برای نقد و بررسی آزادانه ایده‌ها و نظریه‌های علمی
- ✓ ترویج فرهنگ پژوهش و تشویق دانشجویان به انجام تحقیقات اصیل و نوآورانه
- ✓ ایجاد فرصتی برای دانشجویان جهت تقویت مهارت‌های پژوهشی خود و آشنایی با مباحث جدید علمی
- ✓ فراهم آوردن بستری برای تعامل بین دانشجویان و اساتید و بهره‌مندی از نظرات و راهنمایی‌های آن‌ها
- ✓ معرفی دستاوردهای علمی دانشجویان و انتشار یافته‌های پژوهشی آن‌ها و...

مندلیف، جایی که عناصر خلاقیت کنار هم قرار می‌گیرند.

همه دانشجویان و فارغ التحصیلان در رشته‌های مختلف با توجه به توانایی‌های خود می‌توانند در تهیه نشریه مندلیف مشارکت کنند. ما معتقدیم که همکاری با نشریات دانشجویی می‌تواند سرمایه‌گذاری ارزشمندی بر روی آینده‌ی حرفه‌ای شما باشد. در ادامه به برخی از مزایای این همکاری اشاره خواهیم کرد:

- ✓ امکان دریافت گواهی همکاری معتبر
- ✓ تقویت روحیه کاوشگری، تفکر انتقادی و مهارت‌های حل مسئله در دانشجویان
- ✓ توسعه مهارت‌های ارتباطی
- ✓ تقویت روحیه کار تیمی
- ✓ افزایش اعتماد به نفس
- ✓ بهره‌مندی از فرصت‌های شبکه‌سازی و ارتباط با دانشجویان و محققان دیگر و گسترش شبکه علمی خود
- ✓ توسعه رزومه علمی

همانطور که گفته شد مشارکت در نشریه مندلیف، تنها مختص دانشجویان رشته‌ی شیمی نیست. دانشجویان تمامی رشته‌ها می‌توانند با توجه به علاقه و تخصص خود در زمینه‌های مختلف از جمله ویراستاری، امور اجرایی، مقاله‌نویسی (بین رشته‌ای)، صفحه‌آرایی و ... مشارکت کنند. در نشریات علمی دانشجویی از قالب‌های محتوایی متفاوتی استفاده می‌شود. جهت کمک به انتخاب زمینه همکاری شما و تولید محتوای اصولی و حرفه‌ای‌تر به بررسی هر یک از قالب‌ها و ویژگی‌های مورد نظر نشریه می‌پردازیم.



تیتیر

تیتیر، قلب تپنده هر متنی است که توجه خواننده را جلب کرده و او را به خواندن مطلب ترغیب می‌کند و چون خوانندگان در بیشتر اوقات با نگاهی کوتاه به فهرست نشریه، موضوع مورد علاقه خود را برمی‌گزینند، تیتیرنویسی کار ظریفی به شمار می‌رود.

اجزای تیتیر در نشریه مندلیف:

۱. تیتیر اصلی (Main Headline)

هر چند تیتیرنویسی دارای یک سری قواعد کلی است، اما عامل اصلی که می‌تواند این قواعد را دستخوش تغییر کند، عامل خلاقیت برای ایجاد جذابیت بیشتر است.

۲. زیرتیتیر (Sub Headline)

توضیحی کوتاه و تکمیلی برای تیتیر اصلی است و به خواننده کمک می‌کند تا درک عمیق‌تر و شفاف‌تری از موضوع داشته باشد.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	خلاقیت و جذاب بودن	استفاده از واژه‌ها یا عناصری که تیتیر را جذاب میکنند و نحوه جالب چینش یا شگردهای نوآورانه دیگری که باعث ایجاد جذابیت شود؛ مانند: ۱. استفاده از اعداد (مثال: ۴ قدم تا اشتغال در صنعت) ۲. استفاده از کلمات قوی و احساس برانگیز (کلماتی مانند: شگفت انگیز، رایگان، آسان، مهیج و...) ۳. برانگیختن کنجکاوی مخاطب با پرسیدن یک سوال جذاب، ایجاد تعجب یا ارائه یک واقیت جالب و... ۴. استفاده از تضاد (مثال: کار کمتر، درآمد بیشتر) ۵. N way to (مثال: راه برای پرداخت نکردن اپلیکیشن فی اپلای)
۲	رعایت قواعد تیتیر نویسی	مواردی 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 تیتیرنویسی)
۳	تناسب تیتیر با متن	انتقال پیام مطلب به شکلی خلاصه و فشرده، تعیین وزن و اهمیت مطلب، داشتن استنباط صحیح در صورت استنباطی بودن
۴	درست نویسی	نداشتن غلط املائی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری
۵	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام آفرینی و...

مصاحبه

سوزان دان در کتاب "شیوه‌های مصاحبه در مطبوعات" مصاحبه را عبارت از پرسیدن هدفمندانه از یک شخص یا اشخاص برای کسب اطلاعات و افکار و ضبط مناسب پاسخ‌ها به منظور انتشار آن‌ها معرفی می‌کند. مصاحبه خبری مصاحبه‌ای است که هدف از انجام آن، کسب اطلاعات در زمینه‌های موردنظر از مصاحبه‌شونده است. این اطلاعات می‌تواند اطلاعات اولیه، ثانویه یا آگاهی از دیدگاه‌ها و عقاید مصاحبه‌شونده درباره چون و چرا و تحلیل یک رویداد یا یک موضوع با توجه به واقعیت‌های موجود باشد.

براساس تعاریف فوق، میتوان به صورت خلاصه این تعریف را از مصاحبه ارایه کرد: مصاحبه پرسش و پاسخی است که میان دو یا چند نفر به منظور انتقال یک پیام خبری یا غیرخبری تحت تاثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی صورت میگیرد.

انواع سبک های مصاحبه خبری در نشریات دانشجویی:

۱. پرسش و پاسخ همراه با اشاره

در این سبک، مصاحبه به صورت گفتگویی مستقیم بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده پیش می‌رود. هر پرسش با پاسخ مصاحبه‌شونده همراه است و گاهی اوقات، مصاحبه‌گر برای تاکید بر نکات مهم یا هدایت گفتگو به سمت خاصی، از عبارات یا جملاتی استفاده می‌کند که به آن‌ها "اشاره" گفته می‌شود. این اشارات می‌توانند به صورت سوال‌های فرعی، تکرار بخشی از پاسخ مصاحبه‌شونده، یا ارائه یک دیدگاه متفاوت باشند.

توجه: در نشریه مندلیف اغلب از این سبک استفاده می‌شود.

۲. تنظیم مصاحبه به سبک گزارش

در این سبک، مصاحبه به صورت یک گزارش خبری تنظیم می‌شود. مصاحبه‌گر پس از انجام مصاحبه، مهم‌ترین نکات و پاسخ‌های مصاحبه‌شونده را انتخاب کرده و آنها را به صورت یک گزارش منسجم و روان ارائه می‌دهد. این سبک اغلب در مصاحبه‌های خبری و مصاحبه‌هایی که برای انتشار در رسانه‌ها انجام می‌شوند، استفاده می‌شود.

مثال: دکتر رضایی، متخصص تغذیه، در مصاحبه با ما تاکید کرد که کاهش وزن تنها با رژیم غذایی امکان‌پذیر نیست. به گفته وی، ورزش منظم، خواب کافی و مدیریت استرس نیز از عوامل بسیار مهم در این زمینه هستند. دکتر رضایی همچنین توصیه کرد که افراد برای داشتن یک برنامه غذایی مناسب، بهتر است به متخصص تغذیه مراجعه کنند.

۳. سبک روایی

در این سبک، مصاحبه به صورت یک داستان روایت می‌شود. مصاحبه‌گر با استفاده از تکنیک‌های داستان‌نویسی، مانند توصیف صحنه، ایجاد تعلیق و استفاده از گفتگوهای مستقیم، مصاحبه را به یک داستان جذاب تبدیل می‌کند. این سبک اغلب در مصاحبه‌هایی که با شخصیت‌های مشهور یا افرادی که داستان زندگی جالبی دارند، استفاده می‌شود.

مثال: در یک روز آفتابی، به دیدار دکتر رضایی رفتیم. اتاق کار ایشان پر از کتاب‌های تخصصی تغذیه و گیاهان دارویی بود. پس از احوال‌پرسی، دکتر رضایی با لبخندی مهربان به سوالات ما پاسخ داد. او با شور و شوق از اهمیت تغذیه سالم برای سلامتی صحبت کرد و خاطراتی از دوران کودکی‌اش را تعریف کرد که چگونه علاقه‌اش به تغذیه شکل گرفته است.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	چگونگی اداره مصاحبه	تسلط بر موضوع مصاحبه، نظم منطقی طرح پرسش‌ها، طرح پرسش متناسب با پاسخ و طرح پرسش‌های غیرمنتظره، گره‌گشایی از تمام پرسش‌ها، توجه به زبان بدن مصاحبه‌شونده، عدم دخالت نظر و عقاید شخصی در صورت سؤال.
۲	ساختار منطقی	سیر منطقی تنظیم مصاحبه، داشتن مقدمه (لید) مناسب، ورود مناسب به موضوع، معرفی مصاحبه‌شونده، داشتن فراز و فرود در مصاحبه، طولانی نبودن بی‌جهت مصاحبه
۳	سوژه	رعایت ارزش‌های خبری: دربرگیری (اهمیت سوژه برای تعداد زیادی از مخاطبان)، شهرت، برخورد (موضوعاتی که شامل اختلاف نظر، درگیری یا تضاد هستند مانند مصاحبه با دو طرف یک مناظره سیاسی)، فراوانی، شگفتی (مانند پرداختن به رویدادهای غیرمنتظره، عجیب یا منحصر به فرد)، مجاورت، تازگی با تأکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو
۴	اشاره/ورودی	طرح موضوع، طرح پرسش درباره موضوع مطرح شده، معرفی مصاحبه‌شونده، نقطه عطف سخنان مصاحبه‌شونده، شرایط و موقعیت مصاحبه
۵	توازن	در ارایه محتوای مورد نظر باید توازن در بیان مواضع مختلف و شرح و نقد آن‌ها رعایت شود.
۶	مسئولیت اجتماعی	در محتوا باید احساس مسئولیت به عنوان یک دانشگاهی نسبت به جامعه و مردم مشاهده شود و متناسب با آثار برنامه بر مردم و نیازهای مردم باشد.

طنز

طنز در لغت به معنای طعنه زدن است، اما معنای اصلی که در قبل به کار می‌رفته است به معنای تیغ جراحی است. در ادبیات طنز به نوع خاصی از آثار منظوم یا منثور ادبی گفته می‌شود که اشتباهات یا جنبه‌های نامطلوب رفتار بشری، فسادهای اجتماعی و سیاسی یا حتی تفکرات فلسفی را به شیوه‌های خنده‌دار به چالش می‌کشد.

طنز، تفکر برانگیز است و ماهیتی پیچیده و چندلایه دارد. گرچه طبیعتش بر خنده استوار است، اما خنده را تنها وسیله‌ای می‌انگارد برای نیل به هدفی برتر و آگاه کردن انسان به عمق رذالت‌ها. گرچه در ظاهر می‌خنداند، اما در پس این خنده واقعیتی تلخ و وحشتناک وجود دارد که در عمق وجود، خنده را می‌خشکاند و انسان را به تفکر وامی‌دارد. در نتیجه طنز را می‌توان مانند یک تیغ جراحی فرض کرد، زیرا کار تیغ جراحی برش جایی به منظور بهبود آن است. هر مطلب طنزی باید سه مولفه را در خودش داشته باشد: نقد، تفکر و خنده.

شیوه‌های طنز

انواع آثار ادبی که طنز نویس می‌تواند به کار ببرد فوق العاده زیاد است، داستان کوتاه، نمایش نامه، شعر و... اما شیوه‌ها یا تکنیک‌هایی که در آن به کار می‌رود محدود است؛ از جمله: ۱. کوچک کردن ۲. بزرگ کردن ۳. تقلید مضحک از یک اثر ادبی شناخته شده ۴. ایجاد موقعیتی در داستان یا نمایش که به خودی خود طنزآمیز است. ۵. به کار بردن عین کلمات کسی که مورد طنز قرار می‌گیرد و ایجاد چهارچوبی مضحک برای آن و...

ردیف	ویژگی	شرح
۱	تیتیر	رعایت اصول تیتیر نویسی، طنزآمیز بودن تیتیر
۲	ساختار مطلب	مقدمه جذاب، پایان بندی جذاب، تناسب مقدمه و پایان بندی متن منسجم و جذاب؛ خلاقیت و نوآوری در نوشتار، استفاده از حکایت‌ها، استعاره‌ها، کنایه‌ها و ضرب المثله‌ها و ..
۳	سوژه	روزآمد بودن سوژه، دارای نگاه دانشجویی (ارتباط مطلب با فضای دانشگاهی و مسایل دانشجویان)، خلاقانه و اندیشه‌ورز بودن موضوع
۴	نگاه حرفه‌ای	کپی نکردن، پرهیز از ابهام آفرینی، مستند بودن، نقادی سازنده، تازگی و بیرون کشیدن وجه کمیک موضوع، دوری از کلیشه‌های طنز
۵	سبک نگارش	تصویرپردازی و موشکافی با نقد سالم و سازنده، استفاده از نگارش جذاب و خواندنی، حفظ ادب و احترام در نگارش
۶	درست نویسی	نداشتن غلط املایی، ساده نویسی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه گذاری روشن و بدون ابهام بودن، رعایت ایجاز

طرح جلد

ردیف	ویژگی	شرح
۱	عکس یا طرح و رنگ	استفاده از طرح یا عکس مناسب و با کیفیت، استفاده بجا و منطقی از رنگ‌های مناسب و مکمل
۲	سوژه	ارتباط طرح جلد با موضوع تیتر یک و محتوای نشریه و فضای دانشگاهی
۳	ترکیب	ترکیب متوازن، مناسب و منطقی عناصر عکس، خط، ترام، رنگها، لوگو و ...، تناسب تعداد تیتر، استفاده از تیتر یک در جای مناسب و با فونت و اندازه مناسب، استفاده از اجزای تیتر، نحوه چینش تیترها
۴	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی در ترکیب عکس، طرح و متن
۵	اجزای جلد	جلد رو : لوگو انجمن، لوگو نشریه، شماره نشریه، نام کامل نشریه، تیتر مقاله اول و مطالب برتر، عکس و طرح‌های مرتبط جلد پشت: راه‌های ارتباطی با نشریه و انجمن، دعوت به همکاری برای شماره بعد
۶	درست نویسی	نداشتن غلط املایی، استفاده نکردن از کلمات پیچیده، رعایت اصول نگارشی، رعایت اصول نشانه‌گذاری

صفحه آرای

ردیف	ویژگی	شرح
۱	طراحی صفحات	لیات ^۱ صفحات، کلیشه ^۲ صفحات و سرصفحه های ^۳ زیبا و جذاب، قرار گرفتن شماره صفحات در جای مناسب، ستون بندی مناسب و چینش مناسب متن و اجزای تیتراژ، تایپوگرافی
۲	گرافیک صفحات	چینش مناسب تصاویر، توازن، تقارن، کنتراست، کادر، خط، ترام و ..
۳	نوآوری	نوآوری و خلاقیت در صفحه آرای
۴	رنگ	استفاده مناسب از رنگ و ترام (در نسخه چاپی نشریه)

۱. لیات (Layout)

لیات به چیدمان کلی عناصر یک صفحه گفته می شود. این چیدمان شامل قرارگیری تصاویر، متن ها، عنوان ها و سایر المان های گرافیکی در یک صفحه است.

لیات مناسب، خوانایی و جذابیت یک صفحه را به شدت افزایش می دهد. یک لیات خوب، اطلاعات را به صورت منظم و قابل فهم به مخاطب منتقل می کند و توجه او را به نقاط مهم جلب می کند.

عنوان اصلی، متن اصلی، تصاویر، عناوین فرعی، حاشیه ها، ستون ها و ... از جمله عناصری هستند که در لیات یک صفحه قرار می گیرند.

۲. کلیشه (Cliché)

کلیشه به عناصری گفته می شود که به صورت تکراری و پیش ساخته در طراحی استفاده می شوند. این عناصر می توانند شامل تصاویر، آیکن ها، فونت ها و الگوهای تکراری باشند. کلیشه ها به طراح کمک می کنند تا به سرعت و به طور یکپارچه طرح خود را تکمیل کند. همچنین، استفاده از کلیشه ها به ایجاد یک هویت بصری منسجم برای مجله کمک می کند.

مثال: لوگو، فونت مشخص برای تیترها، مکان مشخص برای شماره صفحه و مشخصات نویسنده، الگوهای پس زمینه و ... از جمله نمونه های کلیشه هستند.

۳. سرصفحه (Header)

سرسفحه بخشی از صفحه است که معمولاً در بالای صفحه قرار دارد و حاوی اطلاعات مهمی مانند عنوان مجله، شماره دوره، تاریخ انتشار است.

سرسفحه به عنوان یک عنصر شناسایی، به خواننده کمک می کند تا به سرعت موضوع و محتوای صفحه را تشخیص دهد. همچنین، سرصفحه می تواند شامل عناصری مانند لوگو، نوار جستجو و منوی ناوبری باشد. سرصفحه ها می توانند ثابت یا متغیر باشند. سرصفحه ثابت در تمام صفحات یکسان است، در حالی که سرصفحه متغیر ممکن است در صفحات مختلف متفاوت باشد.

مسابقه

ردیف	برخی از ویژگی‌های قابل توجه
۱	قابلیت برگزاری مسابقه در سطح ملی یا بین المللی
۲	اعلام شیوه نامه داوری، معیارهای ارزیابی و معیارهای علمی و تخصصی
۳	جلب مشارکت مشاوران علمی و استادان دانشگاه و برگزاری برنامه بصورت مشترک و با همکاری نهادها و سازمان‌های تخصصی برون دانشگاهی، انجمن علمی استادان، انجمن‌های علمی دانشجویی دانشگاه و اتحادیه انجمن‌های علمی دانشجویی
۴	نوآوری و خلاقیت در شیوه برگزاری مسابقه
۵	پرداختن به موضوعات علمی جدید در مسابقه
۶	توجه به مسئولیت‌های اجتماعی (رویدادها و مناسبت‌ها، محیط زیست، مسائل ملی یا منطقه ای و ...)
۷	ارائه آموزش‌های تکمیلی قابل دسترس و ارزان قیمت
۸	در صورت امکان توجه به موضوعات زیر در طراحی مسابقه: ۱.ارتباط با صنعت ۲.کار گروهی ۳.اولویت‌های کشور در استعدادیابی و هدایت تحصیلی ۴.ارتباط با دانش آموزان و مدارس ۵.توسعه علمی و تلاش برای انقلاب علمی و جبران عقب ماندگی‌ها ۶.توجه به نیازهای علمی اجرایی بومی مناطق مختلف کشور ۷.همکاری بین انجمن‌های علمی دانشجویی

ردیف	ویژگی	شرح
۱	سوژه	خلاقیت و نوآوری در انتخاب سوژه، روزآمد بودن سوژه، دارای نگاه دانشجویی
۲	تکنیک	غنای تکنیکی و فنی اثر و استفاده مناسب، حرفه‌ای و معنادار، استفاده از کادربندی، نور و رنگ، ترجیحاً عکس به صورت عمودی
۳	محتوا	هدفمندی اثر و میزان موفقیت در انتقال آسان و اثرگذار پیام
۴	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی عکس؛ تکراری نبودن، کلیشه‌ای نبودن



یادداشت

یادداشت‌ها مقالاتی کوتاه هستند که در موضوعات مختلف نوشته می‌شوند. نویسندگان در یادداشت‌ها، نظر و دیدگاه خود را در مورد مسایل مختلف اعم از مسایل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... و حتی درباره اشخاص مختلف بیان می‌کنند. کیفیت یادداشت، بیش از آن که به موضوع آن بازگردد، به زاویه دید و برداشت نویسنده آن مربوط است.

معمولاً حجم یادداشت بین حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه است، اما موارد کمتر و بیشتر از این تعداد کلمه نیز مشاهده می‌شود. یادداشت نسبت به مقاله کوتاه‌تر، به‌روزتر و با موضوعات آزادتر است. همچنین لحن ادبی و نگارشی یادداشت، بیشتر به شیوه آزاد گزارش شباهت دارد تا زبان خبر و مقاله. اگر مقاله را به یک غذای کامل تشبیه کنیم، یادداشت به مثابه یک ساندویچ یا فست‌فود است که به اقتضای موضوعات متنوع طرح‌شده در جامعه در زمینه‌های مختلف به نگارش درمی‌آید. به عنوان نمونه، می‌توان یادداشتی در مورد عوامل و دلایل گرانی قیمت شیر در روزهای اخیر نوشت ولی اگر بخواهیم روند افزایش قیمت‌های محصولات لبنی و تاثیرات آن را در سلامتی مردم به‌ویژه کودکان مورد بررسی قرار دهیم، آن وقت باید حتماً به سراغ مقاله برویم.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	ساختار مناسب	مقدمه جذاب، پایانبندی جذاب، تناسب مقدمه و پایانبندی، متن منسجم، وحدت موضوع و زمان و مکان
۲	تکنیک‌های یادداشت نویسی	استفاده از اطلاعات و واقعیت‌ها و آراء صحیح آنها، مستند بودن از طریق ذکر منبع، پرداختن به استدلالها و آراء متفاوت، داشتن استدلال و قدرت تحلیل و سیر منطقی، کپی نکردن، پرهیز از ابهام آفرینی و آراء صریح موضع‌گیری نویسنده
۳	سوژه	خلاقیت و نوآوری در انتخاب سوژه، روزآمد بودن سوژه، دارای نگاه دانشجویی
۴	توازن	در ارایه محتوای مورد نظر باید توازن در بیان مواضع مختلف و شرح و نقد آن‌ها رعایت شود.
۵	ایجاد چالش مناسب	موفقیت نویسنده در ایجاد چالش و طرح پرسش و ایجاد مسأله در ذهن مخاطب با توجه به لزوم ایجاد جذابیت مطبوعاتی و گرایش به مخاطب محوری
۶	ارائه سابقه موضوع	نقل سوابق یک موضوع با جزئیات مورد نیاز برای فهم ماجرا و تسلط نویسنده به سوابق موضوع

مقاله

۱. صفحه اول شامل:

نام، نام خانوادگی، رشته و گرایش و مقطع تحصیلی، دانشگاه محل تحصیل (فونت فارسی ب نازنین ۱۰ ساده)، ایمیل نویسنده (Roman ۱۰ Times New) در صورتی که مقاله بیش‌تر از یک نفر نویسنده داشته باشد، نویسنده مسئول مقاله با علامت * مشخص گردد.

۲. مقالات باید حاوی بخش‌های "چکیده، کلمات کلیدی (حداقل ۳ و حداکثر ۶ کلمه)، مقدمه، بخش تجربی، نتیجه‌گیری، منابع، ترجیحا پاورقی یا سایر بخش‌ها باشد (بر حسب نوع مقاله).

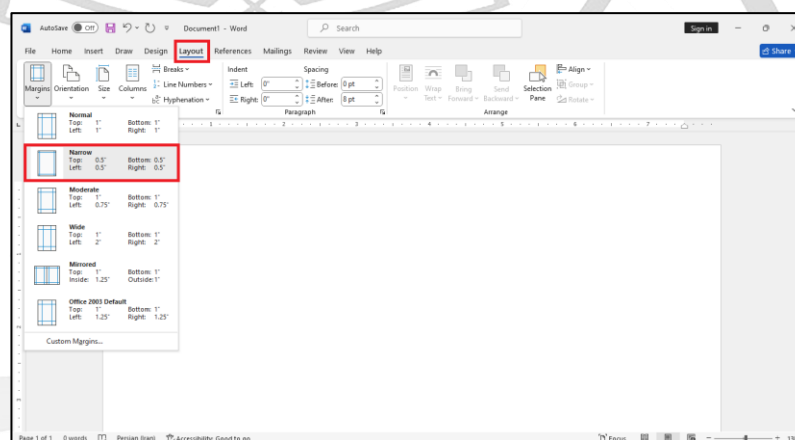
۳. موضوع انتخابی مقاله باید روزآمد، دارای خلاقیت و نوآوری و دارای نگاه دانشجویی باشد.

۴. فونت متن مقالات باید فارسی ب نازنین ۱۲ و لغات انگلیسی ۱۰ Times New Roman باشد.

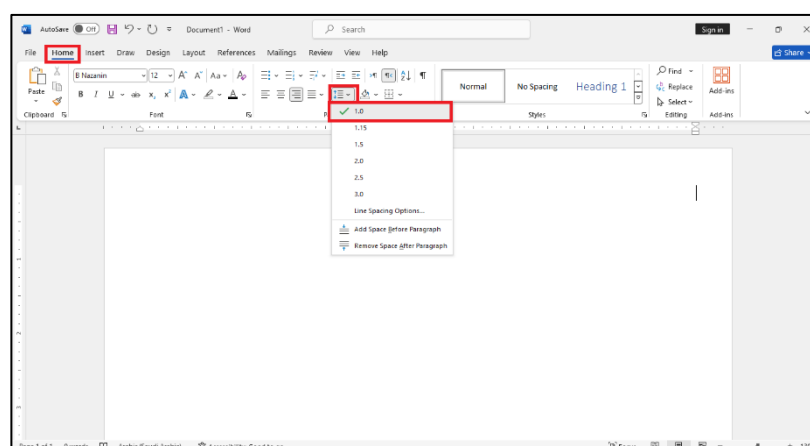
- فونت عناوین مقالات و تیتر اول مطالب (۱- تیتر اول): ب نازنین ۱۶ پررنگ
- زیر تیتر دوم مطالب (۱-۱- زیر تیتر دوم): ب نازنین ۱۴ پررنگ
- زیر تیتر سوم به بعد مطالب (۱-۱-۱- زیر تیتر سوم به بعد): ب نازنین ۱۲ پررنگ

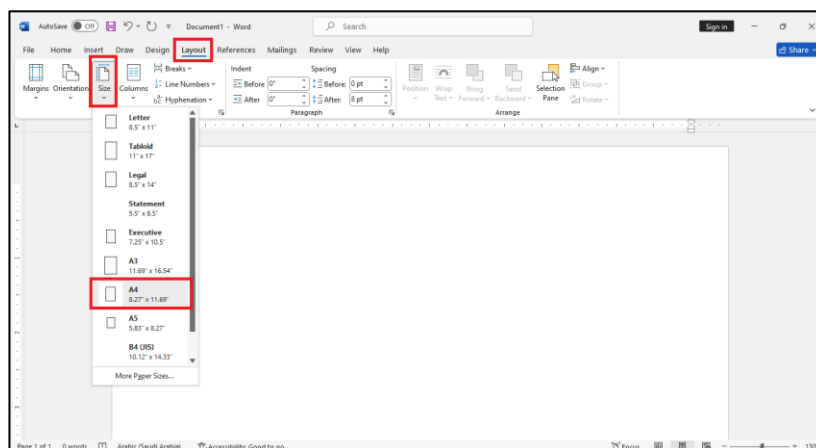
تذکر: شماره فونت لاتین (Roman Times New) مرتبط در هر قسمت از مقاله شامل متن، تیتر، زیر تیترها و... بایستی دو شماره کمتر از فونت فارسی باشد.

۵. مقاله می‌بایست در نرم افزار Word و حاشیه صفحه روی حالت narrow با فاصله ۱.۵ سانتی متر تنظیم شود.



۶. فاصله خطوط از هم یک سانتی متر باشد (در تب Home).





۸. از واژگان بیگانه تا حد ممکن استفاده نشود و از معادل های فارسی استفاده کرده و در باورقی به معادل انگلیسی اشاره شود.

۹. واژگان انگلیسی در صورت استفاده مطابق با دستور زبان انگلیسی و به صورت صحیح نوشته شوند .

- درست: Drug Design, CRISPR ,in-vivo
- غلط: In-vivo ,crispr, Drug design

۱۰. تصاویر و جداول:

- (۱) از واژگان تصویر و جدول استفاده کنید.
- (۲) هر جدول و تصویر شماره داشته باشد که در متن و زیر تصویر یا جدول باید به آن اشاره شود.
- (۳) شماره تصویر باید داخل پرانتز قرار بگیرد. مثل: (تصویر ۱) یا (جدول ۲)
- (۴) در متن به تصویر ارجاع داده شود و تصاویر باید شامل عنوانی کوتاه و توضیحی کوتاه باشند.
- (۵) تصاویر و جداول در متن فیکس بشوند (روش این کار را در گوگل جستجو کنید) و همه تصاویر و جداول مقاله به صورت یکدست با فرمت و قاب های یکسان آورده شوند.
- (۶) فونت زیر نویس تصاویر و جداول ب نازنین ۱۰ پرننگ (دو شماره کوچکتر از متن و پرننگ)
- (۷) شماره تصاویر و تیتتر توضیح مربوطه زیر آنها و شماره جداول به همراه تیتتر جدول در بالای آنها آورده شود.
- (۸) تصاویر دارای کیفیت مناسب و بدون لوگو، واترمارک یا هر نشان تصویری باشد.

۱۱. منابع و رفرنس دهی:

هر قسمت از متن که از منبع برداشته شده در کروش با ذکر شماره در انتهای جمله به آن اشاره شود و در بخش منابع روبروی شماره نام منبع آورده شود.

مثال: روابط بین فعالیت های ضد میکروبی سولفونامیدها و خصوصیات فیزیکی - شیمیایی از جمله ثابت تفکیک اسید (pKa) و ثابت آبگریزی (π) مشخص شد. حداقل غلظت مهاری (MIC) سولفونامیدها علیه *Actinobacillus pleuropneumoniae*، یک پاتوژن دامپزشکی گرم منفی، استفاده شد [۱]. (در پایان جمله و قبل نقطه آورده شده)

➤ در بخش منابع انتهای مقاله:

[1] Mengelers, M. J. B., Hougee, P. E., Janssen, L. H. M., & Van Miert, A. S. J. P. A. M. (1997). Structure activity relationships between antibacterial activities and physicochemical properties of sulfonamides. *pharmacology and therapeutics*, 20(4), 276-283. *Journal of veterinary*

از روش APA برای رفرنس دهی استفاده شود. مثال:

[1] Mengelers, M. J. B., Hougee, P. E., Janssen, L. H. M., & Van Miert, A. S. J. P. A. M. (1997). Structure activity relationships between antibacterial activities and physicochemical properties of sulfonamides. *pharmacology and therapeutics*, 20(4), 276-283.

➤ قسمت اول شماره منبع در کروش با یک فاصله، نام نویسندگان به صورت خلاصه، سال انتشار (در پرانتز)، عنوان مقاله، نام ژورنال، شماره مجله، شماره صفحات مقاله در مجله.

➤ برای استفاده از منابع فارسی نیز منابع با فرمت یکسان آورده شوند.

➤ برای پیدا کردن مطالب بهتر است اول در ارتباط با موضوع تحقیق سرچ کنید سپس به منابع مقالات و کتب و در نهایت به سایتها مراجعه کنید. در صورتی که رفرنس سایت است از سایت‌های معتبر استفاده شود و به صورت کامل ارجاع داده شود (همراه WWW یا https)

۱۲. مقاله باید بین ۲۵۰۰ تا ۵۵۰۰ کلمه (با احتساب تمام بخش‌های مقاله) باشد.

خبر در نشریات دانشجویی، به معنای بیان رویدادهای جامعه دانشگاهی و نقل عقاید و نظرات دانشجویان است. در واقع خبر گزارشی از یک رویداد واقعی و عینی است که دارای یک یا چند ارزش خبری باشد و می‌تواند شامل اخبار مربوط به پژوهش‌های جدید، انتشار مقالات علمی، اختراعات و نوآوری‌های دانشجویان و اساتید، برگزاری کنفرانس‌ها، سمینارها، فعالیت‌های اتحادیه (برگزاری جلسات، نشست‌ها و مسابقات علمی و...)، رویدادهای علمی مهم در سطح ملی و بین‌المللی و ... باشد.

اجزای تشکیل‌دهنده یک خبر

هر خبر از چند بخش اصلی تشکیل شده است:

- **تیترو:** جذاب‌ترین و مهم‌ترین بخش خبر است که باید کوتاه، دقیق و گویا باشد و توجه خواننده را جلب کند. (بخش تیترو در صفحه ۴ مطالعه شود).
- **لید:** اولین پاراگراف خبر است که مهم‌ترین اطلاعات را به صورت خلاصه و مفید ارائه می‌دهد. طولانی نبودن، هماهنگی با تیترو، ترغیب مخاطب، استفاده مناسب از عناصر خبری، مبهم نبودن از دیگر ویژگی‌های لید است.
- **بدنه خبر:** جزئیات کامل خبر را شامل می‌شود و به سوال‌های چه کسی، چه چیزی، کجا، چه زمانی و چگونه پاسخ می‌دهد.

انواع اخبار

خبر به سه دسته عمده تولیدی، پوششی و دریافتی تقسیم می‌شوند که طبیعی است اهمیت خبر تولیدی از نظر اختصاصی بودن از سایر موارد بیشتر است، زیرا خبرنگار برای تهیه و کشف آن پیشقدم می‌شود.

۱. خبر تولیدی

خبر تولیدی، خبری است که توسط خبرنگاران و تیم‌های خبری یک رسانه به صورت مستقل تولید می‌شود. این نوع خبر معمولاً شامل تحقیق، مصاحبه، جمع‌آوری اطلاعات از منابع مختلف و در نهایت نگارش خبر است. خبرهای تولیدی به دلیل اینکه از ابتدا تا انتها توسط خود رسانه تولید می‌شوند، معمولاً جامع‌تر و دقیق‌تر هستند.

مثال:

- **گزارشی از یک کنفرانس علمی:** خبرنگار به کنفرانس رفته، با سخنرانان مصاحبه کرده و یک گزارش کامل و جامع از این رویداد تهیه کرده است.
- **تحقیقی درباره یک موضوع اجتماعی:** خبرنگار به صورت عمیق به یک موضوع اجتماعی پرداخته، با کارشناسان مختلف مصاحبه کرده و نتایج تحقیق خود را به صورت یک گزارش مفصل منتشر کرده است.

۲. خبر پوششی

خبر پوششی، خبری است که به دنبال کردن یک رویداد یا موضوع خاص می‌پردازد. این نوع خبر معمولاً به صورت سریالی و در طول زمان منتشر می‌شود و شامل به‌روزرسانی‌های پیوسته از یک رویداد یا موضوع است. خبرهای پوششی به مخاطب این امکان را می‌دهند که از آخرین تحولات یک موضوع مهم آگاه شوند.

مثال:

- پوشش یک بحران جهانی: خبرنگاران به صورت شبانه‌روزی اخبار مربوط به یک بحران جهانی مانند یک جنگ یا یک بیماری همه گیر را پوشش می‌دهند.

۳. خبر دریافتی

خبر دریافتی، خبری است که از منابع خارجی مانند خبرگزاری‌ها، آژانس‌های خبری، روابط عمومی سازمان‌ها و افراد دریافت می‌شود. این نوع خبر معمولاً به صورت بیانیه، اطلاعیه یا گزارش آماده تهیه شده و رسانه‌ها آن را با ذکر منبع منتشر می‌کنند. خبرهای دریافتی به دلیل اینکه توسط خود رسانه تولید نشده‌اند، ممکن است به اندازه خبرهای تولیدی دقیق و جامع نباشند.

مثال:

- اطلاعیه یک شرکت: خبرنگاران اطلاعیه‌های شرکت‌ها را در مورد محصولات جدید، تغییرات مدیریتی و سایر موضوعات مرتبط با شرکت منتشر می‌کنند.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	سوژه	رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو
۲	صحت	ارایه صحیح اطلاعات، کپی نکردن، پرهیز از ابهام آفرینی، مستند بودن، استفاده از منابع مختلف، پرهیز از نظرات شخصی، رعایت اصول اخلاقی در نگارش خبر و پرهیز از هرگونه توهین یا افترا.
۳	سبک تنظیم	استفاده از سبک مناسب، رعایت اصول سبک مورد استفاده، استفاده مکفی از نقل قول، استفاده از پیشینه خبر
۴	جامعیت	استفاده مناسب از عناصر خبری، درج منبع، اقناع مخاطب، تناسب حجم خبر با موضوع

تفاوت خبر و گزارش

خبر و گزارش هر دو از جمله قالب‌های خبری هستند که برای انتقال اطلاعات به مخاطب استفاده می‌شوند، اما تفاوت‌های مهمی بین آن‌ها وجود دارد که باعث می‌شود هر کدام برای انتقال نوع خاصی از اطلاعات مناسب‌تر باشند.

ویژگی	خبر	گزارش
هدف	اطلاع‌رسانی سریع و مختصر از یک رویداد جدید و به روز	تحلیل عمیق و جامع و بررسی جوانب مختلف یک موضوع یا رویداد
ساختار	کوتاه و مستقیم و به سرعت به اصل مطلب می‌پردازد	طولانی‌تر و پیچیده‌تر
محتوا	عینی و مبتنی بر واقعیت و شواهد قابل اثبات نوشته شده و از بیان نظرات شخصی خودداری می‌شود	شامل تحلیل، تفسیر و بیان نظرات، مصاحبه، آمار، نمودار و سایر عناصر بصری
سبک نوشتاری	ساده و مستقیم	متنوع‌تر و ممکن است شامل بیان نظرات شخصی نویسنده باشد

به طور خلاصه:

- خبر به ما می‌گوید "چه اتفاقی افتاده است؟"
- گزارش به ما می‌گوید "چرا این اتفاق افتاده است؟ چه پیامدهایی دارد و چه می‌توانیم از آن بیاموزیم؟"

اینفوگرافیک

اینفوگرافیک (Infographic) نوعی نمایش بصری اطلاعات است که از ترکیب متن، تصاویر، نمودارها، آیکون‌ها و سایر عناصر گرافیکی برای انتقال مفاهیم پیچیده به صورت ساده و جذاب استفاده می‌کند. اینفوگرافیک‌ها به دلیل قابلیت بالای خود در جذب توجه مخاطب و انتقال اطلاعات به صورت سریع و موثر، در سال‌های اخیر به یکی از ابزارهای پرکاربرد در حوزه‌های مختلف از جمله علم، آموزش و رسانه تبدیل شده‌اند.

اهمیت استفاده از اینفوگرافیک در نشریات علمی دانشجویی:

- سادگی و جذابیت: اینفوگرافیک‌ها اطلاعات پیچیده علمی را به صورت ساده و قابل فهم برای مخاطبان غیر متخصص نیز ارائه می‌دهند.
- جذب مخاطب: طراحی جذاب و رنگارنگ اینفوگرافیک‌ها، توجه مخاطب را به خود جلب کرده و آن‌ها را به مطالعه مطالب تشویق می‌کند.
- به‌یادماندنی بودن: اطلاعات ارائه شده در اینفوگرافیک‌ها به دلیل بصری بودن، بیشتر در ذهن مخاطب ماندگار می‌شوند.
- تسهیل درک مفاهیم: اینفوگرافیک‌ها به خوبی می‌توانند روابط بین مفاهیم مختلف را نشان داده و درک آن‌ها را آسان‌تر کنند.
- افزایش تعامل: اینفوگرافیک‌ها می‌توانند تعامل مخاطب با محتوا را افزایش داده و به اشتراک‌گذاری بیشتر آن در شبکه‌های اجتماعی کمک کنند.

انواع اینفوگرافیک‌های قابل استفاده در نشریات علمی دانشجویی :

۱. اینفوگرافیک‌های توضیحی (Explanatory Infographics):

برای توضیح مفاهیم پیچیده علمی مانند ساختار مولکول‌ها، واکنش‌های شیمیایی و مکانیسم‌های مختلف استفاده می‌شود.

مثال: اینفوگرافیکی که مراحل یک واکنش شیمیایی را به صورت گام به گام نشان می‌دهد.

۲. اینفوگرافیک‌های آماری (Statistical Infographics):

برای نمایش داده‌های عددی و نتایج تحقیقات به صورت بصری استفاده می‌شود.

مثال: اینفوگرافیکی که مقایسه‌ای بین خواص فیزیکی و شیمیایی عناصر مختلف ارائه می‌دهد.

۳. اینفوگرافیک‌های مقایسه‌ای (Comparative Infographics):

برای مقایسه دو یا چند موضوع یا پدیده استفاده می‌شود.

مثال: اینفوگرافیکی که تفاوت بین دو روش سنتز یک ترکیب شیمیایی را نشان می‌دهد.

۴. اینفوگرافیک‌های زمانی (Timeline Infographics):

برای نمایش رویدادهای مهم و تاریخچه یک موضوع استفاده می‌شود.

مثال: اینفوگرافیکی که تاریخچه کشف عناصر شیمیایی را نشان می‌دهد.

۵. اینفوگرافیک‌های جغرافیایی (Geographic Infographics):

برای نمایش داده‌های مکانی و پراکنش پدیده‌ها استفاده می‌شود.

مثال: اینفوگرافیکی که پراکنش آلودگی هوا در یک منطقه خاص را نشان می‌دهد.

۶. اینفوگرافیک‌های فرایندی (Process Infographics):

برای نمایش مراحل یک فرایند یا سیستم استفاده می‌شود.

مثال: اینفوگرافیکی که مراحل تولید یک محصول شیمیایی را نشان می‌دهد.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	سوژه	خلاقیت و نوآوری در انتخاب سوژه، روزآمد بودن سوژه
۲	تکنیک	غنای تکنیکی و فنی اثر و ترسیم مناسب، حرفه‌ای و معنادار، استفاده از رنگ‌های مناسب و متنوع (در صورت سفید و سیاه بودن، استفاده مناسب از نور و ...)، از طراحی‌های شلوغ و پیچیده اجتناب کنید، به اصول طراحی مانند تعادل توازن و تاکید توجه کنید، فونت انتخابی باید خوانا و متناسب با فضای طراحی باشد، برای طراحی حرفه‌ای، بهتر است از نرم‌افزارهای تخصصی مانند Adobe Illustrator ، Photoshop یا Infogram استفاده شود.
۳	محتوا	انتقال آسان و اثرگذار پیام و داده‌های متن، رعایت اصول داده‌نگاری از طریق میزان تناسب شکل‌ها و تصاویر با داده‌ها، اطلاعات ارائه شده در اینفوگرافیک باید دقیق و قابل اعتماد باشد.

کاریکاتور

کاریکاتور، هنر آرایه تصاویر اشخاص یا اشیاء، که در آن صفات و خصوصیات بارز فرد یا شیئی، به نحوی اغراق‌آمیز و غیرطبیعی به تصویر کشیده می‌شود.

موضوع کاریکاتور باید با محتوای نشریه در ارتباط باشد همچنین باید هدف از استفاده از کاریکاتور در نشریه مشخص باشد (تحریک تفکر خوانندگان، نقد اجتماعی، طنز و...).

با دیدن کاریکاتور، ناخودآگاه مفهوم خنده و شوخی در ذهن تداعی می‌شود، اما اگر از این جهت به تعداد بی‌شمار آن‌ها نگاه کنیم، می‌بینیم در بسیاری از این تصاویر، سعی در ایجاد خنده و شوخی صرف نبوده است. در حقیقت بعضی از بزرگ‌ترین آثار کاریکاتور، به لحاظ جدی بودن و تأثیری که بر افکار و احساسات وارد می‌کند، با سایر اشکال هنری‌های تجسمی به رقابت برخاسته‌اند.

در به کارگیری کاریکاتور توجه داشته‌باشید که اصول اخلاقی رعایت شود و نسبت به افراد و اقشار خاصی توهین‌آمیز نباشد.

تصویر از کیفیت هنری و فنی بالایی برخوردار باشد و همچنین به لحاظ کیفیت برای چاپ مناسب باشد.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	سوژه	خلاقیت و نوآوری در انتخاب سوژه، روزآمد بودن سوژه، ارتباط کاریکاتور با فضای دانشگاهی و مسایل دانشگاه یا مسایل علمی و اجتماعی مربوط به رشته شیمی
۲	تکنیک	غنای تکنیکی و فنی اثر و ترسیم مناسب، حرفه‌ای و معنادار، استفاده از رنگ‌های مناسب و متنوع
۳	محتوا	هدفمندی اثر و میزان موفقیت در انتقال آسان و اثرگذار پیام
۴	خلاقیت	خلاقیت و نوآوری در نمایش پیام اصلی و پیام‌های فرعی در ترکیب طرح و متن؛ تکراری نبودن، کلیشه‌ای نبودن

سر مقاله

سرمقاله، نخستین مطلبی است که خواننده پس از گذر از صفحات اولیه نشریه با آن روبرو می‌شود. سرمقاله عبارت است از ارائه صریح موضع گیری و دیدگاه نشریه که گاهی به قلم سردبیر یا مدیر مسئول و گاهی هم امضای کل هیئت تحریریه پای آن است.

در این بخش بهتر است به بررسی وضع موجود یک یا چند مورد بپردازیم و همچنین وضع مطلوب را در آینده شرح دهیم.

نثر گیرا و جذاب نویسنده تاثیر بسیاری در جلب و ترغیب خوانندگان نشریه دارد.

ردیف	ویژگی	شرح
۱	جذب کننده	سرمقاله باید به گونه‌ای نوشته شود که توجه خواننده را جلب کند و او را برای مطالعه بقیه مقالات ترغیب نماید.
۲	ساده و روان	استفاده از زبان ساده و روان و پرهیز از اصطلاحات پیچیده، باعث می‌شود که مطالب سرمقاله برای همه مخاطبان قابل فهم باشد.
۳	کوتاه و مختصر	سرمقاله باید کوتاه و مختصر باشد و به طور مستقیم به موضوع اصلی بپردازد.
۴	انگیزشی	سرمقاله باید بتواند در خواننده انگیزه ایجاد کند و او را به تفکر و بحث در مورد موضوعات مطرح شده وادار نماید.
۵	نوآورانه	سرمقاله باید حاوی ایده‌های جدید و دیدگاه‌های متفاوت باشد تا بتواند به عنوان یک منبع الهام بخش برای خوانندگان عمل کند.

گزارش

گزارش در نشریات دانشجویی، نوعی از نوشتار است که به بررسی عمیق تر و جامع تر یک موضوع، رویداد یا پدیده می‌پردازد. برخلاف خبر که به صورت کوتاه و مختصر به اطلاع‌رسانی رویدادهای جدید می‌پردازد، گزارش به دنبال تحلیل، تفسیر و ارائه دیدگاه‌های مختلف در مورد موضوع مورد نظر است.

مراحل تهیه گزارش

تعیین یا انتخاب موضوع، تحقیق پیرامون آن، مصاحبه با دانشجویان مخاطبان کارشناسان و مسئولان، جمع آوری مطالب و نتیجه‌گیری.

ساختار گزارش در نشریات دانشجویی

به طور کلی، یک گزارش در نشریه دانشجویی از بخش‌های زیر تشکیل شده است:

۱. **عنوان:** عنوان گزارش باید جذاب، گویا و مرتبط با موضوع باشد. (بخش تیترا در صفحه ۴ مطالعه شود).
۲. **مقدمه:** در مقدمه، موضوع گزارش به طور کلی معرفی شده و اهمیت آن برای مخاطب مشخص می‌شود. همچنین، پرسش اصلی یا فرضیه‌ای که گزارش قصد پاسخگویی به آن را دارد، مطرح می‌شود.
۳. **بدنه اصلی:** این بخش شامل جزئیات، آمار، ارقام، مصاحبه‌ها و تحلیل‌های مرتبط با موضوع است. اطلاعات باید به صورت منظم و منطقی سازماندهی شوند و از منابع موثق استفاده شود.
۴. **نتیجه‌گیری:** در نتیجه‌گیری، به طور خلاصه به مهم‌ترین یافته‌های گزارش اشاره می‌شود و پاسخ پرسش اصلی یا فرضیه ارائه می‌شود. همچنین، می‌توان به ارائه پیشنهادات یا راهکارهایی برای بهبود وضعیت موجود پرداخت.

ویژگی‌های گزارش در نشریات دانشجویی

- **عمق و جامعیت:** گزارش‌ها به دنبال بررسی عمیق و جامع موضوع هستند و از ارائه اطلاعات سطحی خودداری می‌کنند.
- **تحلیل و تفسیر:** گزارش‌ها صرفاً به بیان وقایع نمی‌پردازند، بلکه به تحلیل علل، پیامدها و ابعاد مختلف موضوع می‌پردازند.
- **استفاده از منابع معتبر:** اطلاعات ارائه شده در گزارش باید بر اساس منابع موثق و قابل استناد باشد، رعایت امانت داری در روایت مضامین
- **ساختار منظم:** گزارش باید دارای ساختار منظم و منطقی باشد تا خواننده به راحتی بتواند مطالب را دنبال کند.
- **زبان ساده و روان:** استفاده از زبان ساده و روان باعث می‌شود که گزارش برای مخاطب عام نیز قابل فهم باشد.
- **ارائه راهکار:** در برخی موارد، گزارش می‌تواند به ارائه راهکارهایی برای بهبود وضعیت موجود بپردازد.
- **انتخاب سوژه:** رعایت ارزش‌های خبری دربرگیری، شهرت، برخورد، فراوانی، شگفتی، مجاورت، تازگی با تاکید بر مسایل دانشگاه و دانشجو
- **توازن:** توازن در آرایه محتوا از مواضع مختلف، وحدت موضوع گزارش و نبود پراکنده گویی در گزارش

گزارش‌ها را می‌توان بر اساس موضوع و رویکرد آن‌ها به انواع مختلفی از جمله خبری، تحلیلی، توصیفی و ... تقسیم کرد.

۱. گزارش خبری

گزارش خبری در واقع تشریح، توضیح و توصیف یک رویداد خبری است که گزارشگر با دستمایه خبر به جزئیات وقوع آن می‌پردازد و اطلاعات تازه را با شیوه‌های توصیفی ارائه می‌دهد و حس کنجکاوی مخاطب را که با خواندن خبر، ارضا نشده و پرسش‌هایی برجای گذاشته، اکناع می‌کند.

گزارش‌های خبری در پی وقوع یک رویداد به منظور تبیین و تشریح چگونگی وقوع حادثه و پیامدها و آثار واقعه و احیاناً ریشه‌ها و علل وقوع آن تهیه می‌شود.

برای آن‌که یک متن نوشتاری، صوتی یا تصویری را گزارش بنامیم، باید سه جزء یا رکن در هم تنیده و تکمیل کننده مشاهده، مصاحبه و تحقیق را با توازن، هماهنگی و اثرگذاری کافی داشته باشد. براین اساس، گزارش خبری گونه‌ای از گزارش است که با تحقیق بیشتر، انجام مصاحبه و در صورت امکان مشاهده به تکمیل زوایای مختلف پنهان خبر می‌پردازد؛ به عبارتی گزارش خبری را می‌توان خبر غنی شده از اطلاعات اضافی و البته کاملاً مرتبط دانست.

۲. گزارش تحلیلی

گزارش تحلیلی شامل تلفیقی از اخبار، اطلاعات، دیدگاه‌ها و اظهارنظرهایی است که درباره یک رویداد، فرایند، موضوعی خاص و یا جنبه‌هایی از یک واقعه مهم خبری یا زوایایی از یک روند اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ... نوشته می‌شود. در این نوع گزارش، خبرنگار با کنار هم گذاشتن دیدگاه‌های مختلف در کنار اطلاعات متنوع، قصد دارد زوایای پنهان یک موضوع را برای مخاطب بیشتر روشن کند.

۳. گزارش تحقیقی

گزارش تحقیقی شامل تلفیقی از انگیزه‌ها، علل و عوامل یک واقعه یا فرایند است که از روش‌های گوناگون از جمله تحقیقات کتابخانه‌ای، دیدگاه‌های کارشناسان مختلف، افکارسنجی و جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آماری تهیه می‌شود. خبرنگار در این نوع گزارش با کشف مجموعه‌ای از اطلاعات و افشای آن‌ها، موضوعاتی که برای مردم ارزش خبری بالایی دارد و عده‌ای درصدد پنهان کردن آن هستند، برملا می‌سازد.

۴. گزارش‌های توصیفی

گزارش‌های توصیفی در بیشتر مواقع برای بازگویی موضوعات مختلف اجتماعی، حوادث و رویدادهای طبیعی تهیه می‌شود و وجه غالب آن توصیف جنبه‌های گوناگون موضوع، رویداد و پدیده موردنظر و بیان تمامی صحنه‌هایی است که گزارشگر شاهد آن بوده است.

تفاوت خبر و گزارش

خبر و گزارش هر دو از جمله قالب‌های خبری هستند که برای انتقال اطلاعات به مخاطب استفاده می‌شوند، اما تفاوت‌های مهمی بین آن‌ها وجود دارد که باعث می‌شود هر کدام برای انتقال نوع خاصی از اطلاعات مناسب‌تر باشند.

ویژگی	خبر	گزارش
هدف	اطلاع‌رسانی سریع و مختصر از یک رویداد جدید و به روز	تحلیل عمیق و جامع و بررسی جوانب مختلف یک موضوع یا رویداد
ساختار	کوتاه و مستقیم و به سرعت به اصل مطلب می‌پردازد	طولانی‌تر و پیچیده‌تر
محتوا	عینی و مبتنی بر واقعیت و شواهد قابل اثبات نوشته شده و از بیان نظرات شخصی خودداری می‌شود	شامل تحلیل، تفسیر و بیان نظرات، مصاحبه، آمار، نمودار و سایر عناصر بصری
سبک نوشتاری	ساده و مستقیم	متنوع‌تر و ممکن است شامل بیان نظرات شخصی نویسنده باشد

به طور خلاصه:

- خبر به ما می‌گوید "چه اتفاقی افتاده است؟"
- گزارش به ما می‌گوید "چرا این اتفاق افتاده است؟ چه پیامدهایی دارد و چه می‌توانیم از آن بیاموزیم؟"



ترجمه

ردیف	ویژگی	شرح
۱	کیفیت ترجمه	ترجمه باید روان، دقیق باشد و از لحاظ علمی صحیح و قابل اتکا باشد. مترجم باید به معنای دقیق و کامل متن اصلی پایبند باشد و از هرگونه تحریف یا تغییر در محتوای اصلی خودداری کند.
۲	نوآوری	ترجیح بر ترجمه مقالاتی است که موضوع آن‌ها جدید و کمتر در منابع فارسی پوشش داده شده باشد.
۳	استفاده از اصطلاحات تخصصی	در ترجمه اصطلاحات تخصصی، از معادل‌های فارسی دقیق و استاندارد استفاده شود. در صورت عدم وجود معادل فارسی، اصطلاح انگلیسی در داخل پرانتز آورده شود.
۴	یکپارچگی ترجمه	ترجمه باید از نظر ساختاری و زبانی یکپارچه و هماهنگ باشد.
۵	درست نویسی	پس از اتمام ترجمه، مقاله باید به دقت ویراستاری شود تا از نظر نگارشی و ویرایشی کاملاً صحیح باشد.
۶	مراحل ارسال مقاله ترجمه	قبل از شروع ترجمه کامل مقاله، پیشنهاد ترجمه شامل عنوان کامل مقاله به زبان‌های انگلیسی و فارسی، نام نویسندگان اصلی، نام نشریه اصلی، سال انتشار و خلاصه‌ای از محتوای مقاله به زبان فارسی به دبیر تحریریه ارسال شود. پس از بررسی و تأیید پیشنهاد توسط دبیر تحریریه، مترجم می‌تواند ترجمه کامل مقاله را ارسال کند.
۷	فرمت فایل	فرمت فایل قابل قبول برای ارسال مقاله ترجمه شده Word می‌باشد. همچنین در فایل ارسالی، نکات بخش مقاله (صفحه ۱۳) رعایت شود.

ویراستاری ادبی

(۱) "این و آن" زمانی که پیش از اسم قرار بگیرند نقش صفت اشاره را به خود می‌گیرند بنابراین یک نوع دستوری مستقل به شمار می‌رود و جداگانه آورده می‌شوند. پس آنروز غلط است و آن روز درست است.

❖ تبصره:

چنانچه ترکیب این و آن و اسمی که بعد از آن‌ها می‌آید یک کلمه مستقل دستوری ایجاد کند بایستی متصل به کار برده شوند. مثل: اینجا، اینجا، همچنان، همچنین، همان، همین، آنچنان، اینچنان.

❖ ضمائر منفصل:

چنانچه «که» در این ترکیب حرف ربط محسوب شود، "آن و این" خود ضمیر اشاره و چون هرکدام یک نوع دستوری جدا می‌باشند بنابراین منفصل نوشته می‌شوند. مثل: "مگر آنکه."

❖ ضمائر متصل:

چنانچه حرف «که» در این ترکیب به معنی "کسی که" باشد، در ترکیب با "این و آن" معنای ضمیر اشاره را خواهد داشت. به عنوان مثال: این کسی که یا آن کسی که به صورت متصل نوشته می‌شود. مثل: آنکه می‌آید برادرم است.

(۲) عدد و معدود به خاطر اینکه هر کدام از آنها یک نوع دستوری مستقل (صفت و موصوف) به شمار می‌روند، جدا نوشته می‌شوند. پس: یکروز غلط و یک روز درست است.

❖ تبصره: چنانچه ترکیب عدد و معدود با هم تشکیل یک کلمه مستقل را بدهند بایستی متصل نوشته شوند. مثل: پنجروزه، ششدر، یکشنبه، یکساله، پنجشنبه و یکنواخت

(۳) چنانچه گفته شد مبنای نگارش فارسی حفاظت از استقلال کلمات می‌باشد. در نوشتن فعل "است" حتما باید توجه ویژه‌ای نکته زیر داشته باشید:

➤ اینکه اگر کلمه‌ای پیش از فعل "است" به صامت ختم شود به هیچ عنوان این دو بهم دیگر نمی‌چسبند. پس: آنست غلط و آن است درست است.

(۴) پسوندهای صفت عالی و تفضیلی، به کلماتی که پیش از خودشان آمده است متصل می‌شوند. پس: به تر غلط و بهتر درست است.

➤ ولی باید بدانید که چندین استثنا در این باره وجود دارد که در آن حالت‌ها "تر و ترین" به کلمه پیش از خود متصل نمی‌شوند که از پنج اصل تبعیت می‌کنند و آن اصول به شرح زیر می‌باشند:

- ✓ در واژه‌های دشوار عربی. مانند: مفصل‌ترین، مجلل‌ترین و مستقل‌ترین.
- ✓ در کلماتی که به مصوت بلند "ای" ختم می‌شوند. مانند: صمیمی‌ترین، قانونی‌ترین و انسانی‌تر.
- ✓ در کلماتی که به "های" بیان حرکت ختم شده‌اند. مانند: پخته‌تر، زنده‌تر و خسته‌ترین.
- ✓ در کلماتی که به حرف "ت" ختم شده‌اند. مانند: دوست‌تر، سخت‌تر.
- ✓ در کلمات مرکب. مانند: غمگین‌تر، خطرناک‌تر و بی‌دین‌تر.

۵) در جملات فارسی کاربردهای مختلف برای نشانه " را" تعریف شده است که مثال‌هایی از هر کدام خواهیم آورد و در هر مورد جداگانه نوشته می‌شود. البته در دو صورت نیز به طور استثنا به کلمه قبل از خود متصل می‌شود. پس: آنرا غلط و آن را درست است.

۶) در فارسی این دو نشانه "حرف ربط" یا "نشانه پرسش" در هر دو صورت جدا به کار می‌رود. مثل: آن است که، این است که، ممکن است که.

❖ تبصره:

چنانچه "که و چه" به واسطه ترکیب با کلمات دیگر یک نوع دستوری یا کلمه مرکب مستقل بسازد پس بایستی متصل نوشته شود. مثل: آنچه (آن چیزی که)، چونکه، چنانچه، چنانکه، آنکه (آن کسی که)

۷) چنانچه "هم" یک پیشوند اشتراک محسوب شود به دلیل ساختن یک کلمه مستقل باید به کلمه بعد از خود بچسبد. پس: هم راه غلط و همراه درست است.

❖ تبصره:

این حالت در چند صورت جداگانه و منفصل نوشته می‌شود:

- ۱) چنانچه به صورت تاکید بیاید. مثل: "هم من آدمم هم او"
- ۲) پیش از کلماتی آمده باشد که با "م" شروع شده است. مثل: هم ملت، هم مسلک.
- ۳) پیش از کلماتی بیاید که با "الف" شروع می‌شوند. مثل: هم اسم، هم اتاق، همه اعتقاد.

➤ کلماتی که با الف ممدود شروع می‌شوند متصل و منفصل بودنشان بستگی به ضرب آهنگ کلام دارد، بدین معنی که طبق اصل تطابق مکتوب و ملفوظ چنانچه الف ممدود به لفظ بیاید منفصل نوشته خواهد شد. مثل: هم آرمان، هم آواز، هم آهنگ و چنانچه به لفظ در نیاید متصل نوشته خواهد شد. مثل: هم‌آورد، هم‌آهنگ، هم‌آویز.

- ۸) قواعد نیم فاصله رعایت شود. (کلید کنترل به همراه منفی (-) در صفحه کیبورد)
- الف) بعد از "می و نمی" کلمه بعد با نیم فاصله می‌آید. مثال: وصل می‌شود نه می شود
- ب) کلمه قبل از "ها" با نیم فاصله می‌آید: وپروس‌ها نه وپروس‌ها
- ج) کلمات مرکب و یا مشتق معمولاً دو جز با نیم فاصله قرار می‌گیرند. مثال: آتش‌نشان نه آتش نشان

۹) می به عنوان پیشوند و نشانه ماضی استمراری و مضارع اخباری به شمار می‌رود و برخلاف همه پیشوندها به فعل متصل نمی‌شود. پس: میشود غلط و می‌شود درست است.

۱۰) بهتر است این نشانه جمع فارسی به کلمه پس از خودش متصل نشود. مثل: عکس‌ها، عبارت‌ها، مکتب‌ها.

❖ تبصره اول: در کلمات کوتاهی مانند کوه‌ها، راه‌ها، زن‌ها و شب‌ها و همچنین در دو کلمه آنها و اینها متصل می‌آید.

❖ تبصره دوم: در سه مورد به هیچ عنوان "ها" به اسم پیش از خود متصل نمی‌شود:

۱. اسم‌های خاص و منحصر به فرد. مثل: فردوسی‌ها، سعدی‌ها، رئالیست‌ها.
۲. کلماتی که به "های" بیان حرکت ختم می‌شوند. مثل: نامه‌ها، خانه‌ها، ستاره‌ها.
۳. آن دسته کلماتی که داخل گیومه قرار دارند. مثل: «ایرانی‌ها»، «مسلمان‌ها».

۱۱) نقطه بلافاصله بعد از حرف آخر می‌آید.

- درست) صنایع دارویی بخش مهمی در صنایع است.
- غلط) صنایع دارویی بخش مهمی در صنایع است.

۱۲) کاما و سایر علائم نگارشی بدون فاصله از کلمه قبل و با یک فاصله بعد از کلمه بعدی قرار می‌گیرند.

- درست: صنایع دارویی، عطرسازی و پلیمر مهم هستند.
- غلط: صنایع دارویی، عطرسازی و پلیمر مهم هستند.

۱۳) الف اول کلمات کلاه دار است.

- درست: آزمایشگاه
- غلط: آزمایشگاه

۱۴) کلمات داخل پرانتز بدون فاصله و کلمات خارج پرانتز باید فاصله داشته باشند بجز زمانی که نقطه یا ویرگول یا سایر علائم نگارشی را داریم.

- درست: پرتوهای ماوراء بنفش (یووی) باید حفاظت شوند.
- غلط: پرتوهای ماوراء بنفش (یووی) باید حفاظت شوند.

نکته آخر: هنگامی که مطلب شما فارسی انگلیسی است به فاصله واژگان توجه کنید. مثال:

- فناوری CRISPR در جهت بهبود و اصلاح ژنتیک است.
- غلط: فناوری CRISPR در جهت اصلاح ژنتیک است



محتوای چند رسانه‌ای (صوتی و تصویری)

محتوای چند رسانه‌ای (Multimedia Content) به هر نوع محتوایی گفته می‌شود که از ترکیب دو یا چند رسانه مختلف برای انتقال پیام استفاده کند. این رسانه‌ها می‌توانند شامل متن، تصویر، صدا، ویدئو، انیمیشن و ... باشند. محتوای چندرسانه‌ای اطلاعات را با روش‌های متنوع و جذاب‌تر به مخاطب منتقل می‌کند و سبب درگیری بیشتر، تأثیرگذاری بالاتر، تسهیل درک مفاهیم پیچیده و افزایش جذابیت محتوا برای مخاطب می‌شود. محتوای چندرسانه‌ای به‌ویژه در زمینه‌های آموزشی، تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی کاربرد گسترده‌ای دارد و در محیط‌های دیجیتال مانند وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای تعاملی بیشترین بهره‌وری را دارد.

محتوای چند رسانه‌ای مورد نظر اتحادیه انجمن‌های شیمی کشور شامل پادکست‌های صوتی، تیزرهای تبلیغاتی و اینفوگرافیک‌های متحرک است.

ردیف	شاخص‌ها	تعدادی از ملاک‌های هر شاخص
۱	گویندگی	رعایت اصول گویندگی مانند: ادا کردن کامل کلمات، رعایت فراز و فرود در جملات، کنترل تنفس و ریتم گفتار، آشنایی با مفاهیم علمی مرتبط جهت درک و انتقال درست مطالب بدون تحریف، مدیریت مکث‌ها و تأکیدها برای فهم بهتر مطالب علمی، توازن انرژی در ابتدا و انتهای جمله متوازن
۲	تدوین صدا	طراحی لوگوی صوتی اختصاصی برای برنامه، فاصله گذاری مناسب بین بخش‌ها، استفاده بجا از المان‌های صوتی برای تنوع‌بخشی به برنامه، کاهش نویز و بهینه‌سازی کیفیت صدا برای وضوح بیشتر، تنظیم سطح بلندی صدا (Leveling Loudness) برای تجربه شنیداری یکدست، افزودن ووله‌ها و افکت‌های صوتی علمی برای جذابیت بیشتر، تنظیم EQ و فیلترها برای بهبود کیفیت صوت گوینده، مهارت در برش و حذف قسمت‌های غیرضروری بدون ایجاد بریدگی نامناسب، تنظیم موسیقی پس‌زمینه بدون تأثیر منفی بر وضوح گفتار، رعایت استانداردهای خروجی فایل.
۳	تدوین ویدئو	مهارت در ایجاد موشن گرافیک‌های روان و جذاب برای نمایش اطلاعات، هماهنگی صدا با ریتم ویدئو برای تأثیرگذاری بیشتر، مهارت در برش، اصلاح رنگ و ترکیب تصاویر برای ایجاد یک ویدیوی حرفه‌ای، توانایی درک پیام تیزر و تبدیل آن به محتوای بصری جذاب.
۴	محتوا و مضمون	تحقیق دقیق و استفاده از منابع معتبر، توانایی ساده‌سازی مفاهیم علمی بدون کاهش دقت اطلاعات، ارائه محتوای تولیدی و اختصاصی، نگارش متنی روان و قابل اجرا که مناسب گویندگی باشد (نه صرفاً یک متن نوشتاری)، دارای ساختار منسجم و منطقی (مقدمه، بدنه، نتیجه‌گیری)، رعایت اختصار و جلوگیری از اضافه‌گویی برای حفظ محدودیت زمانی محتوای نهایی.

راه های ارتباطی



 IRAN_UOC



 IRANIAN_CHEMIST



 MAGAZINE_MENDELEEV

