علی باقریان

۵۴۶ سراسرْ زمانه بِدو گشت باز
برآمد[۱] بر این روزگاری دراز[۲]
۵۴۷ نِهان گشت کَردارِ فرزانگان
پراگنده شد کامِ دیوانگان[۳]

۵۴۸ هنر[۴] خوار شد جادُوی[۵] ارجمند
نِهان راستی[۶] آشکارا گزند[۷]
۵۴۹ شده بر بدی دستِ دیوان دراز
به نیکی نبودی سَخُن جز به راز[۸]

۵۵۰ دو پاکیزه[۹] از خانهٔ جمشید
برون آوریدند[۱۰] لرزان چو بید

۱- برآمد: گذشت، سپری شد، طول کشید. ۲- روزگار، به کلی، به او روی آورد و زمانی دراز این چنین سپری شد. ۳- راه‌ورسم خردمندان از میان رفت و آنچه دیوانگان می‌خواستند رواج یافت و جاگیر شد. ۴- هنر: فن، مهارت، کار برجسته، فضیلت. ۵- جادُوی: سحر و ساحری. ۶- راستی: نیکی، درستی. ۷- گزند: بدی، آسیب. ۸- دیوان می‌توانستند بدی کنند. از نیکی، جز در نهان، سخن نبود. ۹- پاکیزه: زیبا و پارسا. ۱۰- آوریدند: آوردند.

با هوش مصنوعی

طراحی کتاب: چیستی، چرایی، چگونگی

طراحی کتاب یک حوزه تخصصی در طراحی گرافیک است که به خلق تمام جنبه‌های بصری یک کتاب، از نمای بیرونی (جلد) تا فضای داخلی (صفحات متن و تصاویر)، می‌پردازد. هدف اصلی آن ارائه محتوای کتاب به شیوه‌ای خوانا، جذاب، سازمان‌دهی شده و همسو با هویت و پیام کتاب است. طراحی کتاب فراتر از صرفا «خوشگل‌کردن» جلد یا چیدن متن روی صفحه است؛ این یک فرایند پیچیده است که شامل درک عمیق از محتوای کتاب، مخاطبان آن، و ملاحظات فنی مربوط به چاپ و صحافی می‌شود. دو بخش اصلی طراحی کتاب عبارت‌اند از:

۱- طراحی جلد: این اولین نقطه تماس مخاطب با کتاب است و نقش اصلی آن جلب توجه، ارائه خلاصه‌ای بصری از محتوا و ژانر، و ایجاد انگیزه برای برداشتن و بررسی کتاب است. جلد کتاب مانند پوستر عمل می‌کند، با این تفاوت که باید در ابعاد کوچک (روی قفسه) و بزرگ (تبلیغات آنلاین یا چاپی) مؤثر باشد. عناصر اصلی طراحی جلد شامل تصویر یا گرافیک اصلی، عنوان کتاب، نام نویسنده، و گاهی اطلاعات ناشر یا نقل‌قول‌هاست. طراحی جلد باید جذاب، گیرا و متناسب با موضوع و مخاطب کتاب باشد.

۲- طراحی متن یا صفحه‌آرایی: این بخش به طراحی تمام صفحات داخلی کتاب، از صفحه عنوان و مقدمه تا متن اصلی، تصاویر، جدول‌ها، فهرست‌ها و صفحات پایانی، می‌پردازد. هدف اصلی طراحی متن ایجاد یک تجربه خواندنی راحت، روان و لذت‌بخش برای خواننده است. عناصر اصلی در طراحی متن شامل این‌ها می‌شوند: تایپوگرافی: انتخاب فونت‌های مناسب برای عناوین، زیرعنوان‌ها و متن اصلی، تنظیم اندازه فونت، فاصله خطوط، فاصله حروف و کلمات؛ صفحه‌بندی: چیدمان متن، تصاویر، حاشیه‌ها، شماره صفحات، سرصفحه‌ها و پاصفحه‌ها؛ استفاده از فضای سفید: استفاده ماهرانه از فضای خالی برای ایجاد تنفس بصری و بهبود خوانایی؛ ایجاد سلسله‌مراتب بصری: استفاده از اندازه‌های مختلف فونت، سبک‌ها، و چیدمان برای نشان دادن اهمیت بخش‌های مختلف محتوا؛ سازمان‌دهی: چیدمان منطقی و بصری فصل‌ها، بخش‌ها، بندها و عناصر دیگر.

اهمیت طراحی کتاب

۱- جذب مخاطب: یک جلد جذاب می‌تواند خواننده را در قفسه کتاب‌فروشی جذب کند.
۲- افزایش خوانایی: طراحی داخلی خوب باعث می‌شود خواندن کتاب راحت‌تر و لذت‌بخش‌تر باشد و خواننده خسته نشود.
۳- انتقال حس‌وحال کتاب: طراحی می‌تواند به انتقال اتمسفر، ژانر و پیام اصلی کتاب کمک کند.
۴- حرفه‌ای بودن: یک طراحی خوب به کتاب جلوه‌ای حرفه‌ای و قابل‌اعتماد می‌بخشد.
۵- ایجاد تجربه کاربری خوب: طراحی کتاب، درنهایت، به بهبود تجربه کلی خواننده از تعامل با کتاب کمک می‌کند.

به‌طور خلاصه، طراحی کتابْ فرایند هنری و فنی تبدیل دست‌نوشته یا محتوای دیجیتال به یک شیء فیزیکی (یا حتی دیجیتال مانند کتاب الکترونیکی) است که خوانا، جذاب و متناسب با محتوا باشد و یک تجربه کاربری بهینه را برای خواننده فراهم کند. این کار نیازمند دانش در زمینه‌های گرافیک، تایپوگرافی، چاپ، و درک از محتوای کتاب است.

نکات طراحی کتاب

در طراحی گرافیکی کتاب، چه جلد و چه صفحات داخلی، مجموعه‌ای از ملاحظات فنی، هنری و کاربردی در نظر گرفته می‌شود:

۱- خوانایی: این مهم‌ترین نکته در طراحی متن کتاب است. انتخاب فونت مناسب، اندازه فونت، فاصله بین خطوط و کلمات، و حاشیه‌های کافی برای خواندن راحت و بدون خستگی متن ضروری است.
۲- جذابیت بصری و زیبایی‌شناسی: طراحی (به‌خصوص جلد) باید چشم‌نواز و متناسب با موضوع و مخاطب باشد تا خواننده را جذب کند.
۳- انتقال پیام و هویت: طراحی (چه جلد و چه فضای داخلی) باید حس‌وحال موضوع کتاب، ژانر آن و حتی هویت برند ناشر (در صورت وجود) را منعکس کند.
۴- هماهنگی و یکپارچگی: طراحی جلد و صفحات داخلی باید یکپارچه و هماهنگ باشند تا کتاب به‌عنوان یک اثر واحد و منسجم دیده شود.
۵- کاربردی بودن: طراحی باید کاربردی باشد، مثلا در سازمان‌دهی منطقی اطلاعات، استفاده مناسب از فضای سفید، و چیدمان کارآمد تصاویر و جدول‌ها.
۶- قابلیت چاپ و ملاحظات فنی: طراحی باید با درنظرگرفتن فرایند و محدودیت‌های چاپ و صحافی انجام شود. (رزولوشن، مد رنگی، حاشیه‌ها).
۷- مخاطب هدف: طراحی باید متناسب با سن، علایق و نیازهای مخاطبان کتاب باشد.

ویژگی‌های طراحی کتاب و طراح کتاب

یک طراح گرافیک متخصص در طراحی کتاب (چه جلد و چه صفحات داخلی) هم باید، علاوه‌بر مهارت‌های عمومی طراحی گرافیک، ویژگی‌های خاصی داشته باشد که در سایر زمینه‌ها ممکن است با این شدت لازم نباشند:

۱- تسلط استثنایی بر تایپوگرافی: این مهم‌ترین ویژگی است. توانایی انتخاب فونت مناسب برای متن‌های طولانی، تنظیم دقیق فواصل و چیدمان متن برای حداکثر خوانایی در ابعاد کوچک، دانشی عمیق‌تر از آنچه برای عناوین بزرگ پوستر یا متن‌های کوتاه تبلیغاتی لازم است می‌طلبد.
۲- درک عمیق از فرایند چاپ و صحافی: آشنایی با جزئیات فنی چاپ (انواع کاغذ، رنگ‌ها، رزولوشن) و صحافی (تا، برش، حاشیه صحافی) برای طراحی کاربردی و بدون مشکل.
۳- دقت بی‌نهایت به جزئیات در ابعاد کوچک: توجه به مواردی مانند بیوه‌ها و یتیم‌ها در صفحه‌بندی، تنظیم دقیق فواصل در متن‌های بلند، و سایر جزئیات ریز که بر خوانایی در نمای نزدیک تأثیر می‌گذارند.
۴- توانایی سازمان‌دهی بصری محتوای حجیم و پیچیده: قابلیت ساختاردهی هزاران کلمه، فصل‌ها، بخش‌ها، زیرعنوان‌ها، تصاویر و جدول‌ها به‌شیوه منطقی و بصریِ دلپذیر.
۵- صبوری و توانایی کار در فرایندهای طولانی: حوصله در طراحی و صفحه‌آرایی کتاب که نیازمند زمان و چندین مرحله بازبینی و اصلاح است.
۶- درک ویژه از «فضای سفید»: استفاده مؤثر و هنرمندانه از فضای خالی در صفحات برای ایجاد تنفس بصری و بهبود خوانایی.
۷- تسلط بر نرم‌افزارهای تخصصی صفحه‌آرایی: آشنایی دقیق با نرم‌افزارهایی مانند «ادوبی ایندیزاین»، که نسبت به نرم‌افزارهای عمومی‌تر مانند «فتوشاپ» ابزارهای قدرتمندتری برای مدیریت متن‌های بلند ارائه می‌دهند.

این یادداشت حاصل پرسش از هوش مصنوعی گوگل است.

چندوچون طراحی کتاب در گفت‌وگو با ۴ طراح و گرافیست

روز جهانی گرافیک

ناشران مشهد چندان به گرافیک اهمیت نمی‌دهند

محبوبه عظیم‌زاده

گزارش

۲۷ آوریل یا ۷ اردیبهشت با نام تصویرگری و گرافیک گره خورده است. هنر و حرفه‌ای که در دنیای کتاب و ادبیات خود را در قاب جلدها نشان می‌دهد و همچنین، در زمان ما، با یونیفرم‌سازی برای کتاب‌ها. اگر بخواهیم همین روز را بهانه کنیم تا بدانیم ـ به‌صورت کلی ـ وضعیت طراحی جلد و یونیفرم کتاب‌ها از چه قرار است و اینکه در تعامل طراحان با ناشران چه چالش‌هایی وجود دارد چه باید گفت؟ ما چنین سؤالاتی را از چهار تن از طراحان و گرافیست‌های شاخص مشهدی پرسیده‌ایم: حسین اسکندری، محراب اسدخانی، مرجان جلالی، و رضا باباجانی پاسخگوی این پرسش‌ها بوده‌اند. جواب‌های آن‌ها را به همین ترتیب آورده‌ایم.

حسین اسکندری: سواد بصری افزایش یافته است

تا همین چند دهه گذشته و قبل از انقلاب، ما به‌صورت جدی چیزی تحت عنوان «یونیفرم» برای کتاب نداشتیم. ناشران محدودی بودند که طراحی یونیفرم را رعایت می‌کردند، اما الزامات آن را، یعنی اینکه بخواهند به یک هویت بصری یکسان برسند، رعایت نکردند و نتوانستند پیاده‌سازی کنند. اما، در شرایط کنونی، به‌ویژه در دهه ۹۰ و بعد از آن، ما شاهد این هستیم که جلد کتاب وارد چرخه یونیفرم شده و به یک هویت مشخصی رسیده که مخاطب هدفی که اهل کتاب است، با دیدن یک مجموعه یونیفرم در کنار همدیگر، می‌تواند از آن قابلیت درک آشنایی که در ذهن است استفاده کند و سریعا ارجاع بدهد که این مجموعه مال کدام نشر است. درحقیقت، موقعیت یونیفرم به‌قدری در دهه ۹۰ برجسته شده است که امروزه می‌توانیم بگوییم که جزو روحیات ثابت نشر است، چون ناشرها هم، به‌نسبت گذشته، رشد کرده‌اند و اینک رنگ و شخصیت خاصی از خود بین مخاطبانشان تعریف کرده‌اند. به‌عنوان مثال، بین نشر «هرمس» و «خوارزمی» تفاوت‌های بارزی می‌بینیم. این یعنی سواد بصری و ذائقه بصری ناشر بیشتر شده، و خود صورت محتوای کتاب در بین عموم جامعه اهمیت پیدا کرده است. الان، ما ناشرانی داریم که منحصرا در حوزه شعر کار می‌کنند یا سفرنامه یا هایکو. این باعث می‌شود هر نشری با یونیفرمی که طراحی کرده است بیشتر مبیّن فضای کاری خود در بستر جامعه و مخاطبان جدی خود باشد.

درباره تعامل و چالش‌ها با ناشران، مهم است که بدانیم مقصود کدام ناشران هستند. ببینید، ما، در مشهد، اصلا با همه ناشران روبه‌رو نیستیم. بخش زیادی از آن‌ها متعلق به گروه‌های مذهبی، اجتماعی و ارگان‌های خاصی مثل آستان قدس، اوقاف یا ارشاد هستند که مشکلی و چالشی در حوزه طراحی جلد (دیزاین) ندارند؛ درواقع، به‌لحاظ مالی حاشیه اطمینان دارند و مورد حمایت هستند. الان، خیلی کتاب‌ها دارد در مشهد چاپ می‌شود، مثلا در حیطه فرهنگ شهری، به‌وسیله شهرداری. کسی که پشت این ماجراست مسئله مالی ندارد و چالشی برای نقدینگی هم پیش رویَش نیست. در عمل، ما، در مشهد، به شکل خیلی محدود ناشرانی داریم که مشکلات و چالش‌هایشان در حیطه طراحی جلد برای طراح هم مسئله‌ساز شده است. ناشران خصوصی دغدغه‌مند این‌قدر در مشهد محدود هستند که در حوزه طراحی جلد، گرافیک دیزاین و طراحی یونیفرم رقابتی بینشان وجود ندارد. در تهران اما وجود دارد؛ شما به‌تعداد قابل‌توجه ناشر خصوصی پیدا می‌کنید که با همکاری طراحان گرافیک با عنوان مشخص «مدیر هنری» فعالیت دارند. رقابت هم در حوزه یونیفرم سخت‌تر است. پس، در وهله اول، باید بدانیم که در مشهد این ناشرانی که دارند در حوزه طراحی جلد و یونیفرم‌سازی تلاش می‌کنند بسیار محدود هستند.

اما، به‌عنوان یک طراح گرافیک، باید بگویم که این مسئله دوطرفه است و نمی‌شود قضاوت کرد: یا ناشر بی‌نهایت دغدغه فرهنگی دارد و طراح ندارد، یا برعکس؛ و، تا زمانی که این دو اهرم با همدیگر همسو نباشد، کار پیش نمی‌رود. اصولا، ناشران در مشهد به‌سمت طراحانی می‌روند که با آن‌ها سویه فکری مشترکی ندارند. زمانی که ناشر می‌خواهد به یک طراح گرافیک تحت‌عنوان یک «مدیر هنری» نگاه کند، قطعا، قبلش باید بخشی از آثار آن طراح را موردارزیابی قرار داده باشد. ما نمی‌توانیم از یک مدیر هنری که در حوزه طراحی طلا و جواهرات یا در حوزه تجاری دارد کار می‌کند بخواهیم یک جلد کتاب در حوزه فرهنگی هم طراحی کند. قطعا، آن طراح توانایی طراحی را دارد، اما آن اتمسفر و اثرگذاری پنهان را نمی‌تواند برای ناشر ایجاد کند. این میان، مشکل هم از طراحی است که سفارش را قبول می‌کند و هم از ناشری که بدون هیچ دیدگاه مشخصی به‌سمت مدیر هنری کشیده می‌شود. هیچ توازنی بین طراح و ناشر وجود ندارد. مسئله بعدی واقعا یک چالش است: بستر دانشگاه، عموما، یک طراح یا مدیر هنری تربیت نمی‌کند که نیازهای سفارش‌دهنده را بتواند لحاظ کند، و بیشتر افرادی را تربیت می‌کند که بی‌نهایت درگیر فضای بصری هستند. از طرف دیگر، ما با ناشرانی طرف هستیم که خصوصی هستند، دغدغه دارند، دنبال ایجاد یک فضای فرهنگی اثرگذار در مشهد هستند، اما از طراحی جلدْ بیشتر توقع فروش دارند. این یک چالش حل‌نشده است که البته علت‌های زیادی دارد.

کتاب‌های مجموعه «تماشای شهر» که یونیفرم واحدی دارند (اثر حسین اسکندری)

محراب اسدخانی:

تعداد طراحان زبده کاهش یافته است

در مقایسه با دهه ۸۰ و نیمه نخست دهه ۹۰ خورشیدی، شاهد افت تدریجی کیفیت طراحی جلد کتاب و دیگر نشریات مکتوب هستیم. این مسئله دلایل مختلفی دارد: اول اینکه نسل جدید طراحانی که در دهه گذشته پا به عرصه حرفه طراحی گرافیک گذاشته‌اند، اغلب از نسل زد هستند، نسلی که از ابتدای تولد شاهد حضور فناوری‌هایی از قبیل رایانه‌های شخصی و تلفن‌های هوشمند و اینترنت بوده‌اند و دنیای قبل از وجود این فناوری‌ها به‌سختی برایشان تصورشدنی است. بنابراین، نوع نگاه و میزان آشنایی این نسل با رسانه‌های مکتوب، نسبت به نسل‌های پیش از آن، متفاوت و اغلب ضعیف‌تر است. از طرفی، توسعه رسانه‌های مجازی، خود، باعث شکل‌گیری یک بازار بزرگ تقاضا برای خدمات طراحی گرافیک شده است که بخش زیادی از استعدادها و نیروهای کارآمد این نسل را به‌سمت خود جذب کرده و، درنتیجه، موجب کاهش حضور طراحان زبده در نشریات مکتوب شده است. درباره ناشران مشهد، یک مسئله کلان و بسیار ناراحت‌کننده و آزاردهنده وجود دارد: آن‌ها به سطح بسیار نازلی از کیفیت طراحی کتاب کفایت کرده و طراحی کتاب‌های خود را، اغلب، با هزینه‌های نازل، به افراد غیرمتخصص و بی‌دانش می‌سپرند. از طرف دیگر، ناشران معتبر و بزرگی همچون «به‌نشر» (انتشارات آستان قدس رضوی)، بعد از یک برهه کوتاه همکاری با طراحان برجسته مشهد، فرصت همکاری با طراحان مستقر در مشهد را از خود و متقابلا از طراحان مشهد گرفته‌اند.

مرجان جلالی:

استانداردی در طراحی کتاب وجود ندارد

در مراجعه به کتاب‌فروشی‌ها، به‌صورت کلی، من احساس می‌کنم با دو دسته کتاب روبه‌رو می‌شویم: دسته اول، کتاب‌هایی که طرح جلد و یونیفرم‌های خیلی خوبی دارند، و دسته دوم، کتاب‌هایی که خیلی معمولی یا ضعیف هستند. انگار هیچ استانداردی وجود ندارد که بگوییم ناشران از آن تبعیت می‌کنند. استانداردهایی که از نظر من توجهی به آن‌ها نمی‌شود. یعنی، اگر انتشاراتی‌ها برای گرافیک کتاب هزینه بدهند، بالأخره، کارشان از یک استانداردی برخوردار می‌شود. اما، بعضی وقت‌ها، با برخی کتاب‌ها مواجه می‌شویم که انگار اصلا به‌وسیله یک طراح گرافیک طراحی نشده‌اند؛ از این بابت انگار استانداردی وجود ندارد. بسته به اینکه کدام ناشر دارد با کدام طراح کار می‌کند، کارها، معمولا، قوی‌تر و ضعیف‌تر می‌شود. به‌نظرم، این دوگانه‌ای است که الان در کتاب‌فروشی‌ها وجود دارد. برخی از انتشاراتی‌ها خیلی خوب و قوی کار می‌کنند، هزینه می‌کنند و با طراح‌های خوب و حرفه‌ای کار می‌کنند و نتیجه خوبی هم می‌گیرند و برخی نه. درباره ناشران مشهدی، باید بگویم من خیلی تعاملی با آن‌ها نداشته‌ام، اما، از آنجایی که هرچقدر ناشران درآمد و فروش بهتری داشته باشند، می‌توانند از طرف دیگر برای گرافیک صفحه بیشتر هزینه کنند، نمی‌توان تأثیر این قضیه را [در کیفیت کار ایشان] نادیده گرفت. من احساس می‌کنم الان مشکلاتی که خود ناشران دارند باعث می‌شود خیلی به این موضوع نپردازند، یعنی ترجیح بدهند با قیمت کمتر کتاب را جمع کنند، مخصوصا در شهرستان‌هایی مثل مشهد؛ به‌خاطر همین، ممکن است اصلا کار را به طراح گرافیک تحویل ندهند. البته در پاسخ به اینکه ناشران چرا کار را به طراح گرافیک سفارش نمی‌دهند، کلی دلیل می‌شود آورد که احتمالا اولینش مسائل مالی است؛ یعنی هزینه‌ای که می‌کنند به آن‌ها برنمی‌گردد، مگر اینکه دولتی باشند. درباب کتاب‌های کودک اما باید بگویم، چون چاره‌ای نیست و کار معمولا بیشتر به طراحان گرافیک و تصویرگران سپرده می‌شود، معمولا خروجی بهتری دارد. بسیاری از کتاب‌های دیگر را اما، به‌سادگی، با نرم‌افزارهای ساده حروف‌چینی می‌کنند، و برایشان اصلا سراغ طراح گرافیک نمی‌روند. به‌همین‌دلیل، گرافیک کتاب در حوزه کودک و نوجوان، معمولا، به‌طور کلی قوی‌تر دیده می‌شود.

رضا باباجانی:

در طراحی کتاب مؤثرترین عامل، ناشر است

در این سال‌ها، همه‌چیز خیلی تغییر کرده است؛ با این حال، مسئله کلی برای هر نشر مسئله اقتصادی است. خیلی طبیعی است که در حوزه نشر چالش اول فروش کتاب باشد، نه مسائل مربوط به زیبایی‌شناسی و طراحی. طراحی جلد و یونیفرم برای کتاب فقط یک بخش از فرایند تولید کتاب است، نه همه آن. من احساس می‌کنم، در همه این سال‌ها، کتاب به یک صنعت فرهنگی یا یک محصول فرهنگی تبدیل شده است و کتاب‌فروشی‌های خیلی بزرگ هم، خودشان، به یک ناشر تبدیل شده‌اند و ترجیح می‌دهند کتاب‌های خودشان را با یک تیراژ بالا بفروشند. البته، در هر صورت، به‌نظر من، اگر قرار است این صنعت فرهنگی به یک محصول لوکس تبدیل شود، بهتر است آن محصول لوکس، کتاب باشد تا هر کالای دیگری. ناشر اولویت‌های خودش را دارد که مهم‌ترینش فروش است. کمااینکه در این سال‌ها، طراحی جلد هم بیشتر از اینکه بخواهد یک فعالیت زیباشناسانه باشد، یک فرایند مطلوب و پذیرفته است. تنوع کتابی که دارید می‌بینید، فارغ از اینکه استاندارد هست یا نیست، به‌خاطر سلیقه ناشر است. در یک طراحی جلد استاندارد، عوامل زیادی مثل ژانر کتاب، قطع آن، گروه سنی، چیدمان متن و بسیاری از فاکتورهای دیگر تعیین‌کننده است. درمجموع، اما باید بگویم که به‌نظر من در سال‌های اخیر وضعیت بهتری نسبت به سال‌های قبل وجود دارد و ناشران خیلی آگاه‌تر شده‌اند.