

کار مشترک سید عبدالکریم موسوی
(طراح گرافیک مازندران) و پائلو دالیونته
(کار نویسند شهر ایتالایی)

فرایند طراحی جلد کتاب

سعیده منصوری

دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی تهران

آتوسا اعظم کثیری

استادیار دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی تهران

چکیده

جلد کتاب، به عنوان رسانه‌ای پرمخاطب و ماندگار، نقش مؤثری در ترویج اندیشه پدیدآورندگان در جامعه دارد. به همین دلیل، به طراحی جلد به مثابه عرصه‌ای تخصصی و راهبری در مقوله ارتباط تصویری و فرایند تولید کتاب نگریسته می‌شود که علاوه بر انتقال صحیح پیام، می‌تواند به رشد فرهنگی و سواد بصری جامعه نیز کمک کند.

پژوهش حاضر ضمن پرداختن به اصول و نکات فنی طراحی جلد کتاب، سعی در تبیین چگونگی تحقق ارتباط و نحوه صحیح انتقال پیام به مخاطبان دارد.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که آگاهی از مباحث کاربردی و سازنده فرایند طراحی جلد در کنار شناخت صحیح گروه مخاطبان و مضمون کتاب می‌تواند رهیافتی نو در جهت آموزش هنرجویان گرافیک، ارتقای کیفی نشر کتاب و رونق کتابخوانی باشد.

کلیدواژه‌ها: فرایند طراحی، نشر کتاب، طراحی جلد کتاب، تأثیر گذاری بر مخاطبان.

با ظهور فن چاپ تمامی زمینه‌های وابسته به نشر کتاب تحول یافت و جلد کتاب به عرضه‌ای برای بیان مفاهیم و محتوای متن کتاب در قالب طرح و تصویر و نوشته مبدل شد

مقدمه

نخستین انقلاب فرهنگی با اختراع خط آغاز شد. خط ابزاری است برای نگاه‌داشتن و انتقال پیام‌ها یا اطلاعات گوناگون. با رشد و پیشرفت فرهنگ و تمدن، کتاب به مؤثرترین و ماندگارترین ابزار در فرایند آموزش و ثبت علم تبدیل شد.

تا قبل از اختراع صنعت چاپ، کتاب کالایی پرهزینه بود که فقط در اختیار شاهان و درباریان قرار می‌گرفت. جلد کتاب هم بیشتر کاربرد محافظتی و تزینتی داشت، ولی با ظهور فن چاپ تمامی زمینه‌های وابسته به نشر کتاب تحول یافت و جلد کتاب به عرضه‌ای برای بیان مفاهیم و محتوای متن کتاب در قالب طرح و تصویر و نوشته مبدل شد. رفته‌رفته با تنوع تکنیک‌ها و ابزارهای گرافیک و چاپ، بالارفتن آگاهی و توقع مخاطب و تنوع دیدگاه نویسندگان و ناشر، رقابتی خلاقانه در طراحی جلد کتاب به وجود آمد. در این میان، کشمکش میان این عوامل و ساده‌اندیشی افسرد غیرکارشناس گاه به ارزش‌های فرهنگی و هنری کتاب‌ها خدشه وارد می‌کند و با سردرگم کردن مخاطب منجر به خلق محصولات بازاری و کلیشه‌ای یا بسیار پیچیده و غامض می‌شود. پژوهش حاضر با نگاهی به تاریخچه تحولات جلدسازی، به بررسی اصول و نکات فنی و بصری در ساختار طراحی جلد کتاب، اهمیت شناخت مخاطبان و آگاهی از محتوای کتاب می‌پردازد.

روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش از نوع کیفی و توصیفی-تحلیلی و ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات، مشاهده و فیش‌برداری بوده که از طریق منابع مکتوب و تصویری کتابخانه‌ای و اینترنتی صورت گرفته است.

تاریخچه مختصر تحولات جلدسازی

و طراحی جلد در ایران

«هنر جلدسازی و جلدآرایی برای رسیدن به شکل کنونی مراحل طولانی را پیموده است و ملت‌های گوناگونی چون ایرانی‌ها، بین‌النهرینی‌ها، سریانی‌ها، مصری‌ها، هندی‌ها، چینی‌ها و اروپایی‌ها در طول تاریخ هر کدام در نوع مواد، مصالح، شکل و صحنه‌ای آن ایفای نقش کرده‌اند» (ریاضی، ۱۳۹۳: ۱۰).

در جهان باستان، کتاب فقط به شکل لوحه‌های گلی و طومارنویسی وجود داشت اما سابقه جلد به مفهوم امروزی به آغاز دوره مسیحیت برمی‌گردد. همچنین، «کتاب جلد شده یا در اصطلاح عربی آن «مصحف» در صدر تاریخ اسلام شناخته شده بود» (هالدین، ۱۳۶۶: ۱۱).

ظهور کاغذ، اختراع چاپ و گسترش علم‌آموزی تولید کتاب را به میزان چشمگیری افزایش داد و تحولات زیادی در این حوزه ایجاد کرد. امروزه نشر کتاب و طراحی جلد یکی از گسترده‌ترین بخش‌های صنعت چاپ و گرافیک است.

فن کتاب‌آرایی و جلدسازی که در ایران از زمان ساسانیان آغاز گردید، طی چندین دوره دستخوش تحولات زیادی شد و به پیشرفت‌های چشمگیری دست یافت. نشر کتاب در ایران عملاً پس از ورود نخستین دستگاه‌های چاپ در عصر صفویه آغاز شد و در عصر قاجار کتاب‌های چاپ سنگی مورد استقبال اقشار مختلف قرار گرفت، اما «بعد از انقلاب مشروطه و از اوایل قرن بیستم به تدریج چاپ سربی جایگزین چاپ سنگی شد و تحولات عظیمی در صنعت نشر اتفاق افتاد» (تناولی، ۱۳۹۴: ۳۶-۳۵).

به‌طور کلی، اولین طرح جلد‌های کتاب به شکل تخصصی از زمان پهلوی اول شکل گرفت و پس از انقلاب اسلامی تا به امروز



شکل ۱. یونیفورم در مجموعه کتاب‌های بیست و پنجمین سالگرد آزادی خرمشهر، نشر سوره مهر
طراح: کورش پارسا نژاد

به‌رغم موانع و مشکلات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، با حضور چند نسل از طراحان گرافیک، تاریخی پر فراز و نشیب و پرافتخاری داشته است که به دلیل گستردگی مبحث از بیان آن معذوریم.

اجزاء سازنده جلد کتاب

محافظة از صفحات داخلی کتاب را شاید بتوان اولین و مهم‌ترین عملکرد جلد کتاب دانست اما با پیشرفت فناوری چاپ و فراوانی نشر، جلد کتاب به یکی از عوامل مهم جذب مخاطبان و بازتاب محتوای کتاب مبدل شد. به‌طور کلی، جلد کتاب شامل سه بخش روی جلد، سطح عطف، و پشت پشت جلد کتاب می‌شود. سطح رو و پشت کتاب به یک اندازه‌اند و فقط اندازه عطف کتاب از لحاظ عرض به تعداد صفحات و ضخامت کاغذ بستگی دارد.

«در چند دهه قبل، طراحی جلد کتاب فقط شامل سطح روی جلد می‌شد اما در دو دهه اخیر، طراح علاوه بر آن، باید عطف و پشت جلد را هم در نظر بگیرد و اثر خود را در سراسر این سه قسمت و با سعی در دستیابی به خلاقیت و بیان نمادین محتوای کتاب، اجرا کند» (افشار مهاجر، ۱۳۸۸: ۱۶۲-۱۶۱).

۱- جلد کتاب

به‌طور کلی، در روی جلد کتاب حضور نام کتاب با حروفی درشت و خوانا در قالب فونت تاپیسی، دست‌نویس، خوشنویسی یا تایپوگرافی‌های خلاقانه، و نام مؤلف و مترجم با قلمی ریزتر الزامی است. در سال‌های گذشته درج نشان (آرم) ناشر روی جلد متداول نبود ولی در سال‌های اخیر شاهد حضور این نشان و مواردی چون تعداد چاپ و جوایزی که کتاب کسب کرده است، نیز در روی جلد هستیم. «کثرت کتاب‌های منتشرشده نیز باعث شده است که بعضی



شکل ۲. طراحی برای مجموعه کتاب
طراح گرافیک:
حسن کریم‌زاده

از ناشران، طرحی کلی و مشخص برای همه کتاب‌های خود داشته باشند و با آن از سایر ناشران و رقبای خود تمیز داده شوند که به آن در اصطلاح «اونیفورم» گفته می‌شود» (همان: ۱۶۵). (شکل‌های ۱ و ۲)

گاهی روی روکش یا روی جلد کتاب‌هایی که روکش ندارند، نوار کاغذی پهنی قرار می‌گیرد که در آن توضیحی تبلیغاتی در مورد کتاب می‌آید؛ برای مثال «برنده جایزه فلان» یا «پرفروش‌ترین کتاب سال» یا عبارت‌هایی مشابه. این نوار کاغذی را «باند یدک روکش» می‌گویند.

همواره باید در نظر داشت که به هر حال آنچه در ویتترین کتاب‌فروشی‌ها به‌عنوان نماینده مفهوم و موضوع کتاب خودنمایی می‌کند و مخاطبان را به خرید کتاب برمی‌انگیزد، همان جلد کتاب است و بیشترین هدف در طراحی بر این قسمت متمرکز می‌شود.

۲- عطف کتاب

متأسفانه گاهی ناشران و طراحان نقش مهم عطف کتاب را نادیده می‌گیرند و وجود عطف زمانی مهم جلوه می‌کند که کتاب

شکل ۳. مجموعه هزار و یک شب
طراح گرافیک: مسعود نجابتی



۳- پشت جلد کتاب

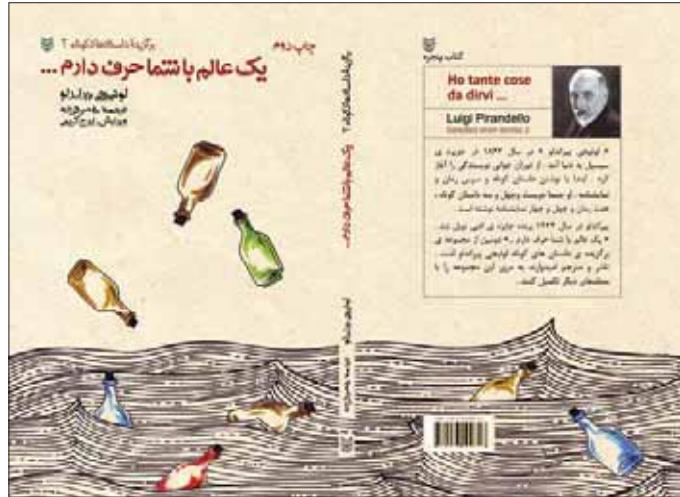
«سطح پشت جلد فضایی ظاهراً منزوی و کم‌مصرف جلد کتاب است و اغلب ناشران برای استفاده از این فضا به سلیقه شخصی تکیه می‌کنند» (شایگان، ۱۳۸۸: ۱۵۸).

«در پشت جلد کتاب، نشان و عنوان ناشر، قیمت کتاب و رمزین (بارکد) آن درج می‌شود. در برخی کتاب‌های ادبیات داستانی ممکن است تمام یا بخشی از داستان - با هدف ترغیب مخاطب - در پشت جلد بیاید. گاهی هم در پشت جلد، مطالب روی جلد تکرار می‌شود اما به زبان دیگری غیر از زبان رسمی کشوری که کتاب را منتشر می‌کند و این امر اهمیت دارد» (افشار مهاجر، ۱۳۹۲: ۲۵۷). (شکل‌های ۴ و ۵)

انواع جلد کتاب و شیوه‌های ارائه آن در دوران معاصر

به‌طور کلی، امروزه جلد کتاب‌ها به دو گروه سخت (گالینگور) و غیر آن، یعنی مقوای نازک (شومیز) تقسیم‌بندی می‌شود. «در گروه جلد‌های سخت، طراح گرافیک، نقش طلاکوب روی جلد و عطف و به‌ندرت پشت جلد را پیشنهاد می‌کند و اگر کتاب روکش هم داشته باشد، طراحی روکش، فرایندی مشابه طراحی جلد کتاب‌های شومیز با لب برگردان است. لب برگردان سطحی به طول ارتفاع کتاب و عرض ۶/۵ تا ۹ سانتی‌متر و به‌ندرت بیش از آن است و یا ادامه طرح جلد کتاب روی آن می‌آید و یا شرح حال و تصویر مؤلف روی قسمت متصل به روی جلد و شرح حال و تصویر مترجم روی قسمت متصل به پشت جلد ارائه می‌شود. در کتاب‌هایی که مترجم ندارند، ممکن است ناشر بخشی از کتاب‌های خود را در آن معرفی کند» (همان، ۱۶۲). گروه دوم یعنی جلد‌های مقوایی به نام «شومیز» خوانده می‌شوند. روی این جلد‌ها معمولاً پس از فرایند چاپ، برای مقاوم‌تر شدن و جلوه بیشتر از یک لایه ورنی سرد،

شکل ۴. یک عالم با شما حرف دارم...
طراح گرافیک: مریم سادات موسوی



در قفسه کتابخانه یا مخزن قرار می‌گیرد و شناسایی آن فقط از طریق این سطح باریک امکان‌پذیر است.

«طراحی عطف گاه به علائم اختصاری و رنگین‌نشان‌های نظامی می‌ماند که بیننده با یک نگاه، درجه، عناوین و افتخارات و ویژگی صاحب نشان را می‌شناسد و فوراً موضع درستی نسبت به او اتخاذ می‌کند» (شایگان، ۱۳۸۸: ۱۵۷-۱۵۶).

«سه ویژگی مهم در عطف کتاب عبارت است از هماهنگی رنگ آن با جلد کتاب، تداعی کردن خود کتاب، و انتخاب شیوه دقیق در عنوان‌نویسی عطف. در عطف کتاب معمولاً نوشته‌ها به ترتیب اهمیت، از بالا به پایین قرار می‌گیرند؛ یعنی نخست عنوان کتاب و سپس نام نویسنده و پس از آن مترجم» (افشار مهاجر، ۱۳۹۲: ۲۵۷) در موارد بسیاری نیز نشانه و نام انتشارات در قسمت پایین عطف و بعد از اطلاعات دیگر گذاشته می‌شود.

همچنین در طراحی مجموعه کتاب‌های چند جلدی که در کنار هم در یک قفسه چیده می‌شوند، عامل خلاقیت و رنگ می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد. (شکل ۳)

در طراحی
مجموعه
کتاب‌های چند
جلدی که در
کنار هم در یک
قفسه چیده
می‌شوند، عامل
خلاقیت و رنگ
می‌تواند بسیار
تأثیرگذار باشد



شکل ۵. حکایت دولت و فرزانیگی
طراح گرافیک: سید بهادر خیبرگردی



شکل ۶. استفاده از قاب
مقوایی برای حفاظت از
کتاب

سایر جنبه‌های کاربردی مانند قرارگیری در کتابخانه شخصی یا عمومی، کیف و ... است. برای مثال، کتاب‌های کودکان نباید قطع بزرگ و صفحات زیاد داشته باشند؛ زیرا جابه‌جا کردن آن‌ها برای کودکان آسان نیست. قطع بزرگ وقتی برای کودکان مناسب است که صفحات کتاب اندک باشد. اگر قطع کتاب کودک بیش از حد کوچک باشد، طول سطرها برای استقرار تعداد مناسب کلمه در یک سطر کم می‌آید؛ زیرا حروف کتاب‌های کودکان باید درشت باشد. قطع یک اطلس جغرافیایی قاعدتاً بزرگ است تا نقشه‌های بزرگ در یک یا دو صفحه مقابل هم قرار گیرند. فرهنگ‌های لغت یا قطع بزرگ دارند یا قطع کوچک؛ قطع بزرگ با صفحات بسیار مورد استفاده کتابخانه‌ای دارد و قطع کوچک بیشتر مناسب کسانی است که می‌خواهند کتاب را همواره همراه خود حمل کنند.

در ایران از دو قطع رُقععی (۱۴/۵×۲۱/۵ سانتی‌متر بعد از برش) و وزیری (۱۶/۸×۲۴ سانتی‌متر بعد از برش) بیش از سایر قطع‌ها استفاده می‌شود. غیر از آن‌ها قطع رحلی (۲۱×۲۸/۵ سانتی‌متر بعد از برش) و خشتی (۲۲×۲۲ سانتی‌متر بعد از برش) نیز گاهی برای کتاب‌ها به کار می‌روند (افشار مهاجر، ۱۳۸۱: ۶۹).

از دیگر قطع‌های رایج می‌توان به جیبی (۱۱×۱۶) و پالتویی (۱۲×۲۰) اشاره کرد. همچنین حالت «بیاضی» در اصطلاح به کتاب‌هایی گفته می‌شود که از طرف ضلع کوچک‌تر کتاب صحافی می‌شود و شیرازه صفحات در ضلع کوچک‌تر کتاب قرار می‌گیرد.

به‌طور کلی، غیر از قطع‌هایی که معرفی شد، اگر به دلایلی نیاز به قطع دیگری باشد، تا حد امکان دورریز کاغذ را باید به کم‌ترین میزان رساند و در مواردی که شمارگان (تیراژ) زیاد است، نباید قطع‌های نامتعارف را انتخاب کرد.

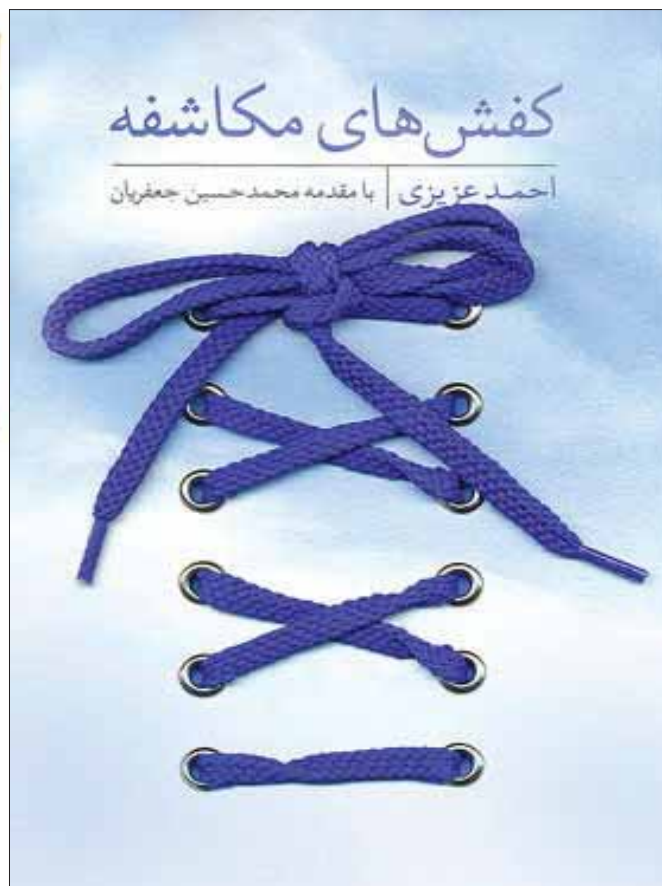
یسوی و یا سلوفان استفاده می‌شود. «فرایند ورنی سرد، در ماشین چاپ صورت می‌گیرد و به دو طریق «ورنی توی کار» و «ورنی روی کار» اجرا می‌شود. در ورنی توی کار، ورنی را با مرکب چاپ به نسبت معینی که چسبندگی بسیار به آن ندهد، مخلوط و سپس روی کاغذ چاپ می‌کنند. در ورنی روی کار، پس از اینکه چاپ انجام شد، اشعه ماورای بنفش واکنش‌های شیمیایی ویژه‌ای از خود نشان می‌دهد و به سرعت خشک می‌شود و پس از خشک شدن به علت براق بودن، سبب جلای کار می‌شود و کتاب جلوه بیشتری می‌یابد» (همان: ۱۶۸).

گاهی دیده می‌شود که در مجموعه‌های یک یا چندجلدی، از جعبه یا قابی با مقوای سخت برای حفاظت از کتاب استفاده می‌شود. طراح گرافیک می‌تواند در طراحی این جعبه و عطف کتاب‌هایی که در آن قرار می‌گیرد، خلاقیت و ابتکارات زیادی به خرج دهد. (شکل ۶)

از دیگر موارد خلاقانه بر روی جلد کتاب، استفاده از برش‌های خاص، چاپ‌های برجسته با رنگ‌های طلایی، نقره‌ای و ... و استفاده از مواد متفاوت همچون چوب، پارچه و ... به‌منظور ایجاد جذابیت بصری است. (شکل‌های ۷-۹)

قطع کتاب

«به‌اندازه طول و عرض کتاب و هر نوع نثریه «قطع» گفته می‌شود. هدف از آن رواج اندازه‌های مختلف برای کتاب، به‌منظور استفاده آسان‌تر یا متناسب با نوع کاربرد کتاب است» (فریدون آذریون، ۱۳۸۰: ۱۲۲). «قطع‌های رایج برای تولید کتاب در هر کشور به دو عامل اصلی بستگی دارد: یکی ابعاد کاغذهای رایج در آن کشور که قطع کتاب‌ها مضرب مشخصی از آن‌هاست؛ تا دورریز کاغذ حداقل باشد و به صفر نزدیک شود. عامل دیگر، عملکرد کتاب و ماهیت کلی آن و در نظر گرفتن ویژگی‌های مخاطبان آن و نیز



شکل ۷. کفش‌های مکاشفه
طراح گرافیک: مجید زارع



شکل ۸. سرباز سال‌های ابری
طراح گرافیک: مجید زارع

بعضی از جلدها خصوصیتی کاملاً تزئینی دارد؛ به طوری که خواننده در خواندن آن دچار مشکل می‌شود. به عبارت دیگر، طراح گرافیک برای رسیدن به طرح جلدی جذاب، خوانایی عنوان نوشتاری را فدای زیبایی آن کرده و آن را در کل طرح مستحیل نموده و از حقیقتی آشکار، گرهی کور برای مخاطب آفریده است. در چنین مواردی، از شفافیت عنوان در جلد کتاب به شدت کاسته می‌شود و بر توهم آن افزوده می‌گردد» (همان: ۴۲).

مسلم است که در طراحی عنوان نویسی، ابتدا خوانایی مطرح است و سپس تقویت بنیان‌های زیبایی‌شناسانه فرم حروف. خوشبختانه انرژی نهفته در ساختار فونت فارسی و خوشنویسی ایرانی قابلیت‌های بسیاری را در ترکیب‌بندی مورد استفاده طراحان گرافیک قرار می‌دهد که به ایجاد طرح‌های خلاقانه و منحصر به فرد رهنمون می‌گردد. مکان‌یابی برای جایگزینی عنوان کتاب مطلب دیگری است که همواره در طراحی عنوان نویسی جلد کتاب مطرح می‌گردد و در اینجا به چند مورد آن اشاره می‌شود:

«نقطه مرکزی در میان جلد کتاب که محل تلاقی اقطار جلد است، مکانی پر قدرت برای نوشتن عنوان به حساب می‌آید. اما به دلیل الگوهایی که در جلدسازی سنتی، تاکنون با آن مواجه بوده‌ایم، نوشتن عنوان در فضای میانی جلد، جلد را به سمت طرح‌های کلاسیک متمایل می‌سازد. از جمله این طرح‌ها می‌توان به طرح جلد قرآن کریم، نهج البلاغه و انواع کتاب‌های ادعیه و منظومه‌های شعری اشاره کرد.

الگوی دیگر، تقسیم‌بندی متناسب یا نامتناسب کتاب در بخش افقی یا عمودی است که معمولاً در یک بخش تصویر و در بخش دیگر، عنوان کتاب نوشته می‌شود. در این الگو، کمترین تلفیق بین تصویر و

عنوان نویسی جلد کتاب

«عنوان هر کتاب اولین نشانه مکتوب برای جلب مخاطبان به مضمون درونی آن کتاب است. طراحی عنوان، چه از لحاظ مفهوم نوشتاری و چه از لحاظ ترکیب‌بندی گرافیکی، اولین پرده معرفی، اعلام موجودیت و هویت‌سازی هر کتاب است» (موسوی، ۱۳۸۶: ۴۰).

طراحی جلد کتاب از دیگر فعالیت‌های گرافیکی مستثناست؛ زیرا تصویر به عنوان عنصر ثانویه در تکمیل متن نوشتاری جلد کتاب به کار گرفته می‌شود و خود، به تنهایی، هویت مستقلی ندارد. همان‌گونه که گزینش صحیح نام و عنوان کتاب می‌تواند نقش بسزایی در معرفی و فروش آن داشته باشد، استفاده آگاهانه از جلوه‌های ویژه تصویری اثرگذار در طراحی عنوان نویسی اعم از تایپوگرافی^۱، خوشنویسی^۲، دست‌نوشته^۳ و ... نیز نقش بسیار مؤثری در زیبایی‌شناسی و درک عمومی مخاطبان از محتوای کلی کتاب دارد. (شکل‌های ۱۰ و ۱۱)

متأسفانه، «امروزه عنوان نویسی جلد کتاب با توجه به روش‌های جدیدی که ابزارهای طراحی و چاپ در اختیار طراحان قرار می‌دهند، در بعضی از موارد از مسیر خود خارج شده است؛ مثلاً عنوان نوشتاری در

نقطه مرکزی در میان جلد کتاب که محل تلاقی اقطار جلد است، مکانی پر قدرت برای نوشتن عنوان به حساب می‌آید



شکل ۹. مقتل امام حسین (علیه السلام)
شیوه اجرای جلد: مقوای فانتزی، دورنگ
سیلک، دایکات
صحافی: چسب گرم
طراح گرافیک: مجید زارع

در ذهن نقش بسته است. بدین دلیل، تأثیر یک رنگ مشخص بر افراد مختلف کاملاً یکسان و همگون نبوده، واکنش انسان‌های مختلف در مقابل یک رنگ دقیقاً مانند یکدیگر نیست» (افشار مهاجر، ۱۳۹۲: ۸۸). آگاهی از تأثیراتی که رنگ‌ها بر روح و روان مردم می‌گذارند، برای هر هنرمند، به‌ویژه طراح گرافیک، لازم است. انتخاب رنگ مناسب در طراحی جلد کتاب نیز به عوامل بسیاری بستگی دارد که همگی در جهت ارتباط با متن کتاب و مخاطبان قرار می‌گیرند؛ از جمله:

۱- گروه سنی مخاطبان: برای مثال، رنگ‌های خالص و شاد بر گروه سنی کودک و نوجوان بیشتر از بزرگسالان تأثیر می‌گذارد.

۲- «طبقه اجتماعی مخاطبان: افراد روشنفکر با درآمدهای بالا بیشتر به طرف رنگ‌های روشن، ترکیبی و ملایم می‌روند و مردمی که متعلق به طبقات پایین‌ترند، برعکس، رنگ‌های قوی و درخشان را ترجیح می‌دهند. معمولاً مردم عام به رنگ‌های اصلی اهمیت می‌دهند.

۳- الگوهای رفتاری: اگر خریدار کتاب به دنبال موضوع مورد علاقه خویش باشد، رنگ امکان شناسایی کتاب را بیشتر می‌کند؛ مثلاً کتاب‌های هنر غالباً تصاویر چهار رنگ دارند اما کتاب‌های فلسفه و حقوق ساده‌ترند. همچنین، اگر کتاب مورد علاقه توسط رسانه‌ها معرفی شده باشد، قطعاً رنگ به شناسایی آن کمک می‌کند؛ مثلاً کتاب‌های نویسنده مشخصی با طراحی و رنگ ثابت.

۴- عوامل فرهنگی و سنت‌های جامعه: فرهنگ و دین هر جامعه و نشانه‌های بروز آن در انتخاب رنگ تأثیر دارد؛ مثلاً کاربرد رنگ سبز در جامعه ما نمادی از دین اسلام می‌باشد یا رنگ سیاه نشانه‌ای از عزاست» (شاه‌حسینی، ۱۳۷۸: ۳۱-۳۰).

عنوان کتاب صورت می‌گیرد و حاصل آن، اثری بی‌تحرك، معمولی و کم‌حادثه است» (همان: ۴۶).

خطوط طلایی نیز یکی از متداول‌ترین مکان‌های مورد انتخاب طراحان در عنوان‌نویسی است. البته طراح به غیر از توجه به الگوهای ذکرشده، می‌تواند به تناسب فضا و عناصر بصری روی جلد مکان مناسب عنوان کتاب را بیابد و اثری نو و پویا خلق کند.

تکنیک‌های بازنمایی مفهوم بصری

اولین و ساده‌ترین راه انتقال مفاهیم، استفاده از عکس است. اگرچه استفاده از عکس گاهی منجر به اشاره مستقیم به موضوع کتاب می‌شود، به کاربردن جلوه‌های رایانه‌ای و فتو مونتاز می‌تواند آثار بدیع و خلاقانه‌ای ایجاد کند.

تصویرسازی برای کودک و بزرگسال نیز از دیگر تکنیک‌های رایج در طراحی است و با توجه به موضوع، می‌تواند کاملاً واقع‌گرا، تخیلی، انتزاعی یا نمادین باشد. اجرای تصویرسازی نیز به صورت دستی و رایانه‌ای امکان‌پذیر است.

شیوه دیگری که در سال‌های اخیر به آن توجه بسیاری شده، استفاده از حروف‌نگاری و تایپوگرافی است که آن را هم به دو شیوه دستی و رایانه‌ای می‌توان اجرا کرد.

البته به‌طور کلی، آنچه در انتخاب تکنیک و روش اجرای آن در طرح جلد مهم است، سهل‌الوصول بودن فرایند ارتباط در عین داشتن جذابیت بصری است.

نقش رنگ در طراحی جلد کتاب

«واکنش انسان در برابر رنگ، به‌ویژه رنگ‌های ناخالص ترکیبی، نتیجه تجربه و آشنایی قبلی با این رنگ‌ها در گذشته‌های نهان و آشکار است که به‌گونه‌ای غیرارادی



شکل ۱۱. بگذار خودم باشم
طراح گرافیک: کورش بیگ پور

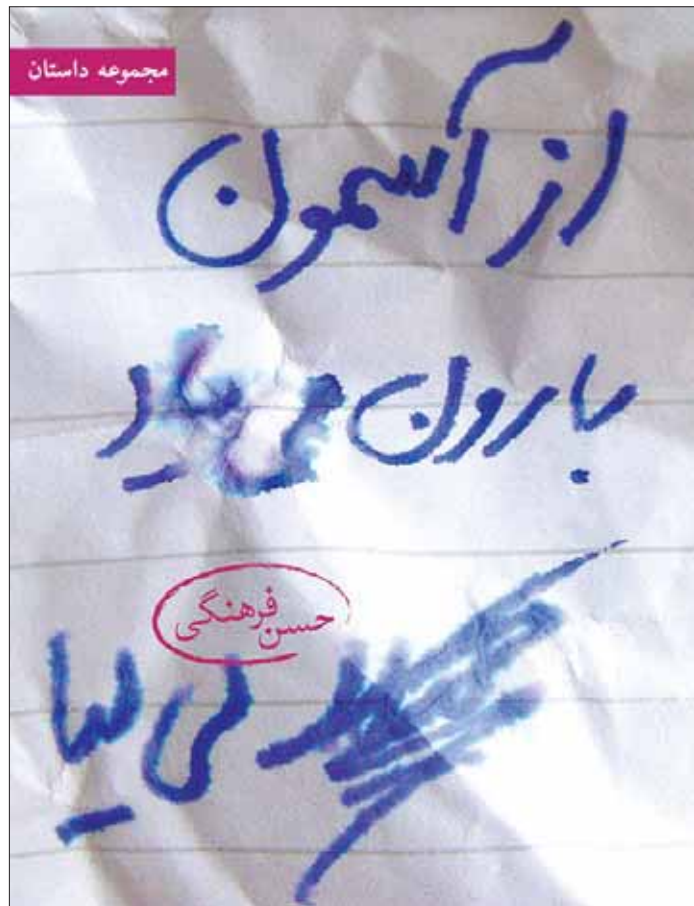
بازنمایی محتوای کتاب.

ارائه راهکارها و پیشنهادهای مربوطه

- «حمایت بخش دولتی از ناشران خصوصی (پرداخت یارانه و وام)؛
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای ناشران؛
- ایجاد فضای گفت‌وگو بین طراح و ناشر؛
- استفاده از مدیریت هنری و آتلیه گرافیک اختصاصی در هر بنگاه نشر؛
- سنجش آرا و نظرات مخاطبان درباره جلد کتاب (از طریق پرسش و پیمایش)؛
- برگزاری فراخوان‌های مرتبط با طراحی جلد کتاب؛
- ایجاد فضای نقد در طراحی جلد کتاب» (مرسلی توحیدی، ۱۳۹۳).

نتیجه‌گیری

یکی از عمده‌ترین فعالیت‌های طراحان گرافیک دنیا طراحی جلد کتاب است. اهمیت این طراحی نسبت به سایر کارهای گرافیکی بر هیچ‌کس پوشیده نیست؛ چراکه عموماً کتاب به دلیل استفاده در کتابخانه‌های شخصی و عمومی مدت طولانی نگهداری می‌شود و سال‌های زیادی باقی می‌ماند. همچنین، جلد کتاب اولین زمینه آشنایی



شکل ۱۰. استفاده از دست‌نویسته در عنوان کتاب از آسمون بارون می‌بارد
طراح گرافیک: پرسا تشکری

در پایان این نوشتار بیان این نکته ضروری است که منتقدان، مسئولان و دست‌اندرکاران حوزه نشر می‌توانند با بررسی چالش‌های موجود و اجرای راهکارهای مؤثر، نقش مهمی در بهبود و ارتقای فرایند طراحی جلد ایفا کنند.

برخی مسائل مربوط به طراحی جلد

در ایران

- ضعف آموزشی و ناآشنایی طراحان با فرایند چاپ؛
- استفاده نادرست از ابزارهای مربوط به فتاوری؛
- نبود مفاهمه و گفت‌وگوی سازنده بین ناشر و طراح و نویسنده؛
- در اختیار نبودن زمان کافی برای طراحی؛
- سپردن طراحی جلد به افراد غیر حرفه‌ای و اصطلاحاً بازاری؛
- بی‌توجهی طراح و ضعف ایده‌پردازی در

مخاطب با موضوع و عاملی مؤثر در جذب او برای خرید کتاب است. این مسئله مهم به تجربه و شناخت طراح از موضوع کتاب، نکات فنی طراحی و چاپ، حساسیت‌های جامعه، فرهنگ و سلیقه مردم و پدیدآورندگان کتاب بستگی دارد. همان‌گونه که بی‌توجهی به قطع کتاب، نوع صحافی، طراحی گرافیک منسجم و مرتبط بر مبنای اصول چاپی منجر به تولید آثاری سطحی و یک‌بارمصرف می‌شود، آگاهی از نکات فنی و اصولی فرایند طراحی و چاپ کتاب می‌تواند نقش مهمی در زیبایی‌شناسی، بیان محتوای کتاب و انتقال صحیح پیام بصری داشته باشد. امید است نتایج حاصل از این پژوهش، در حوزه علم‌آموزی و دانش بصری به کمک دانشجویان، استادان، طراحان گرافیک و دست‌اندرکاران بخش نشر بیاید و از این پس، شاهد تولید آثاری فاخر با کارکرد مناسب و مرتبط با مردم جامعه باشیم. از آن رو که این مسئله در ایجاد سواد بصری و در نتیجه رونق صنعت نشر نقش بسزایی دارد.

پی‌نوشت‌ها

1. Typography
2. Calligraphy
3. Hand Lettering

منابع

۱. آذریون، فریدون. (۱۳۸۰). از طراحی تا صحافی، چاپ سوم. تهران: انتشارات آذریون.
۲. افشار مهاجر، کامران. (۱۳۸۱). گرافیک مطبوعاتی، چاپ اول. تهران: انتشارات سمت.
۳. افشار مهاجر، کامران. (۱۳۸۸). گرافیک در صنعت نشر، چاپ اول. تهران: انتشارات سمت.
۴. افشار مهاجر، کامران. (۱۳۹۲). عملکرد گرافیک در کتاب‌های درسی دانشگاهی، چاپ اول. تهران: انتشارات سمت.
۵. تناولی، پرویز. (۱۳۹۳). مقدمه‌ای بر تاریخ گرافیک در ایران، چاپ اول. تهران: نشر نظر.
۶. ریاضی، محمدرضا. (۱۳۹۳). جلدسازی و جلدآرایی ایرانی، ویرتین: مجموعه مقالاتی درباره تاریخ طراحی جلد کتاب در ایران، چاپ اول. تهران: فرهنگسرای میردشتی، (صص ۳۳-۱۰).
۷. شاه‌حسینی، بهنام. (۱۳۷۸). رنگ به‌عنوان یک عنصر خلاقانه در طرح روی جلد در ۲۰ سال اخیر، پایان‌نامه

ارشد گرافیک، دانشگاه هنر تهران.

۸. شایگان، نیکو. (۱۳۸۸). طراحی جلد کتاب از گذشته تاکنون، پایان‌نامه ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه الزهرا.
۹. مرسلی توحیدی، فاطمه. (۱۳۹۳). بررسی شکاف بین گرافیک بصری و گرافیک بازاری (مطالعه موردی طراحی جلد کتاب در ایران از سال ۱۳۸۰ تا کنون)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد گرافیک، دانشگاه الزهرا تهران.
۱۰. موسوی، سید محسن. (۱۳۸۶). عنوان‌نویسی جلد کتاب، نشریه سگال، شماره ۱۰، (صص ۴۷-۴۰).
۱۱. هالدین، دانکن. (۱۳۶۶). صحافی و جلدهای اسلامی، ترجمه: هوش آذر نوش. تهران: چاپ اول، انتشارات سروش.



شکل ۱۲. کالبد‌شناسی رمان فارسی
طراح گرافیک: پریسا تشکری