بسم الله الرحمن الرحیم

اَللّٰهُمَّ صَلِّ عَلىٰ مُحَمَّدٍ وَ آلِ مُحَمَّدٍ وَ عَجِّلْ فَرَجَهُمْ

گرافیک نشر و مطبوعات

رشته فتو-گرافیک

گروه هنر

شاخهٔ فنی و حرفه‌ای

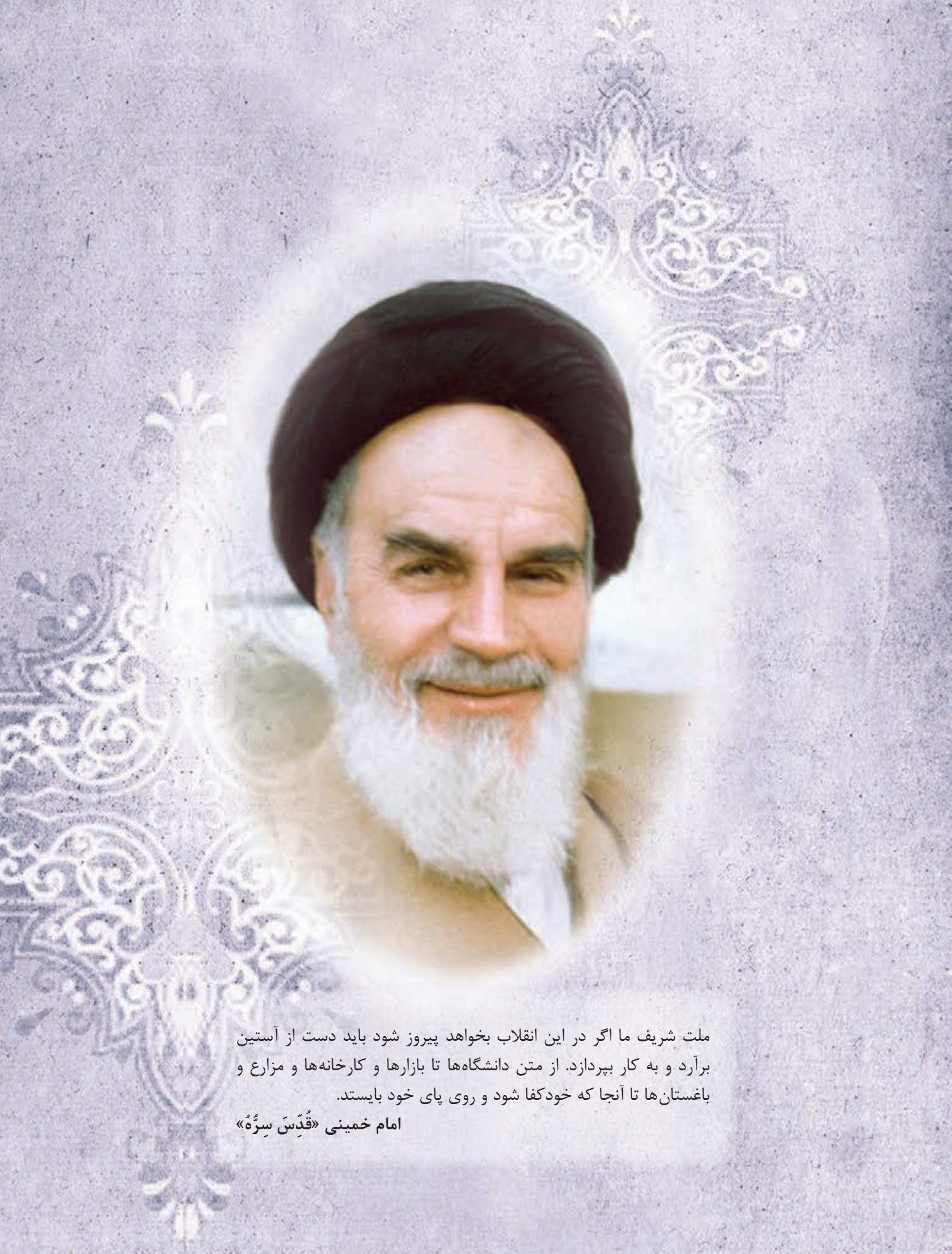
پایهٔ دوازدهم دورهٔ دوم متوسطه

وزارت آموزش و پرورش
سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی

نام کتاب: گرافیک نشر و مطبوعات ـ ۲۱۲۵۹۵
پدیدآورنده: سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی
مدیریت برنامه‌ریزی درسی و تألیف: دفتر تألیف کتاب‌های درسی فنی و حرفه‌ای وکاردانش
شناسه افزوده برنامه‌ریزی وتألیف: خدیجه بختیاری، سمیه نسیما صفت، ماندانا منوچهری، مهدیه سادات مدرسی و فرح محبوبی (اعضای شورای برنامه‌ریزی)
مهرناز کوکبی (پودمان ۱)، سمیه نصری و یلدا ابوسعیدی (پودمان ۲)،کامران افشارمهاجر (پودمان ۳)، فرزاد ادیبی (پودمان ۴)، مصطفی اسداللهی (پودمان ۵)، (اعضای گروه تألیف) ـ عزت‌الله خیرالله (ویراستار ادبی)
مدیریت آماده‌سازی هنری: ادارهٔ کلّ نظارت بر نشر و توزیع مواد آموزشی
شناسه افزوده آماده‌سازی: سمیه نصری (صفحه‌آرا، طراح جلد) ـ سید نیما پورحسینی جورشری (عکاس)
نشانی سازمان: تهران: خیابان ایرانشهر شمالی ـ ساختمان شمارهٔ ۴ آموزش و پرورش (شهیدموسوی)
تلفن: ۹ـ۸۸۸۳۱۱۶۱ ، دورنگار: ۸۸۳۰۹۲۶۶، کد پستی: ۱۵۸۴۷۴۷۳۵۹
وب سایت: www.chap.sch.ir
ناشر : شرکت‌چاپ و نشرکتاب‌های درسی ایران: تهران ـ کیلومتر ۱۷ جادهٔ مخصوص کرج ـ خیابان ۶۱ (دارو پخش) تلفن :۵ ـ ۴۴۹۸۵۱۶۱، دورنگار: ۴۴۹۸۵۱۶۰/ صندوق پستی: ۱۳۹ـ ۳۷۵۱۵
چاپخانه: شرکت چاپ ونشر کتاب‌های درسی ایران «سهامی خاص»
سال انتشار و نوبت چاپ: چاپ نهم ۱۴۰۵

کلیه حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش است و هرگونه استفاده از کتاب و اجزای آن به‌صورت چاپی و الکترونیکی و ارائه در پایگاه‌های مجازی، نمایش، اقتباس، تلخیص، تبدیل، ترجمه، عکس‌برداری، نقاشی، تهیه فیلم و تکثیر به هر شکل و نوع بدون کسب مجوز از این سازمان ممنوع است و متخلفان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

شابک ۶- ۳۱۹۷ - ۰۵ - ۹۶۴ - ۹۷۸ **ISBN 978 – 964 - 05 - 3197-6**



ملت شریف ما اگر در این انقلاب بخواهد پیروز شود باید دست از آستین برآرد و به کار بپردازد. از متن دانشگاه‌ها تا بازارها و کارخانه‌ها و مزارع و باغستان‌ها تا آنجا که خودکفا شود و روی پای خود بایستد.

امام خمینی «قُدِّسَ سِرُّهُ»

فهرست

پودمان اول: مقدمه‌ای بر طراحی وب

۱ـ۱ـ فرایند طراحی وب ۱۳
۱ـ۲ـ آناتومی یک صفحهٔ وب ۱۵
۱ـ۳ـ زبان وب ۱۹
۱ـ۴ـ HTML رکن اصلی صفحهٔ وب ۲۰
طراحی اتودهای اولیه ۲۵
۱ـ قدم اول در طراحی یک صفحهٔ وب ۲۵
۲ـ آماده‌سازی وایرفریم ۲۷
۳ـ انتقال عناصر بصری و ارکان نوشتاری به صفحه وب ۳۰
۴ـ انواع تصویر در فضای مجازی ۳۱
۵ـ رزولوشن تصویر ۳۱
۶ـ ابعاد تصویر ۳۱
۷ـ تایپوگرافی در فضای مجازی ۳۲
۸ـ انتخاب و کاربرد رنگ ۳۳
۹ـ رنگ‌های هگز (Hex) ۳۶
۱۰ـ پالت رنگی وب ۳۸
۱۱ـ طراحی صفحهٔ وب توسط نرم‌افزار فتوشاپ ۳۹
۱۲ـ مراحل اِسلایس کردن صفحهٔ وب ۴۱
پذیرش سفارش ۴۵
۱ـ هدف سایت ۴۶
۲ـ شناخت مخاطب هدف ۴۶
۳ـ شناخت رقبا و سایت‌های مشابه ۴۶
۴ـ تهیهٔ پروپوزال ۴۷
۵ ـ عقد قرارداد ۴۷

پودمان دوم: نرم‌افزار صفحه آرایی (این دیزاین)

مقدمه ۵۷
باز و بسته کردن نرم‌افزار ۵۸
آشنایی با محیط نرم‌افزار ۵۸
باز کردن صفحه کار جدید (New Document) ۵۹
فرمت ذخیره سازی فایل ۶۱
کار با خط کش ها ۶۴
جعبه ابزار (Tool Box) ۶۵
ابزارهای انتخاب ۶۷
ابزار چهار گوش Rectangle ۶۹
ابزار دایره Elipse ۷۰
رنگ دادن به اشکال ۷۰
نحوه چیدمان و قراردهی اشکال یا تصاویر(Arrange) ۷۲
ابزار type tool ۷۳
وارد کردن متن از نرم‌افزار word به این دیزاین ۷۴
نوشتن روی یک مسیر ۷۸
تنظیمات متنی ۷۹
تنظیمات پاراگراف ۸۲
چیدن متن در اطراف تصویر (text wrap) ۸۲
تراز بندی (Align) ۸۷
پالت Page ۸۸
جابه‌جایی صفحات از طریق درگ کردن ۸۹
پالت Master page ۹۰
شماره گذاری صفحات از طریق مستر پیج (master page) ۹۲
پالت Layers ۹۳
گرفتن خروجی از یک سند در قالب یک فایل PDF ۹۴

کنترل نهایی فایل ۹۵
آماده سازی فایل برای خروجی نهایی ۹۷

پودمان سوم: صفحه آرایی

مقدمه ۱۰۵
صفحه‌آرایی کتاب‌های «غیر مصور» یا «تمام متن» ۱۰۵
قطع کتاب ۱۰۶
طراحی گرید ۱۰۸
ویژگی‌های خط فارسی ۱۱۳
گرفتن پرینت و ساخت ماکت و ارائه به کارفرما ۱۱۸
صفحه‌آرایی کتاب‌های مصور ۱۱۹
انتخاب قطع مناسب ۱۱۹
طراحی گرید ۱۲۰
شیوه‌های قرار دادن تصاویر ۱۲۸
گرفتن پرینت و ساخت ماکت و ارائه به کارفرما ۱۳۴
انعقاد قرارداد انجام کار و جنبه‌های حقوقی ۱۳۴
آشنایی با شرکت در جلسات کارفرما و طراح ۱۳۵
جلسهٔ نهایی و امضاء قرارداد بین کارفرما و طراح ۱۳۶

پودمان چهارم: طراحی جلد

طراحی جلد کتاب ۱۴۱
آشنایی با فیزیک جلد کتاب ۱۴۴
نوشتار در طراحی جلد کتاب ۱۴۶
تصاویر در طراحی جلد کتاب ۱۵۲
تصویرسازی در طراحی جلد کتاب ۱۵۴

عکس در طراحی جلد کتاب ۱۵۷
طراحی های دیگر جلد کتاب ۱۵۹

پودمان پنجم: طراحی گرافیک غرفه

مقدمه: (آشنایی با فضاهای نمایشگاهی) ۱۶۵
فصل اول: فضای نمایشگاهی ۱۶۵
ستون‌ها و دیوارهای متغیر (مُدولار) ۱۶۶
طول (ارتفاع) و عرض پنل‌ها (دیواره‌ها) ۱۶۷
فصل دوم: چیدمان داخلی غرفه ۱۶۸
ستون‌های هشت وجهی ۱۶۸
چیدمان غرفه کتاب ۱۷۰
فصل سوم: طراحی گرافیک غرفه ۱۷۲
نصب پوستر روی دیوار غرفه ۱۷۳
گرافیک غرفه‌های نمایشگاه کتاب ۱۷۴
اهداف فرایند و شیوه‌های طراحی گرافیک غرفه ۱۷۵
عوامل مؤثر در طراحی غرفه (بر اساس خواسته و بودجه سفارش‌دهنده) ۱۷۸
تایپوگرافی غرفه کتاب ۱۸۱
پیش‌طراحی (اسکچ) ۱۸۸
تحلیل و نیازسنجی سفارش‌دهنده و مخاطب ۱۹۰
پذیرش سفارش ۱۹۰

منابع و مآخذ ۱۹۳

سخنی با هنرجویان عزیز

شـرایط در حـال تغییـر دنیـای کار در مشـاغل گوناگـون، توسـعه فناوری‌ها و تحقق توسـعه پایدار، ما را بر آن داشـت تـا برنامه‌های درسـی و محتـوای کتاب‌هـای درسـی را در ادامـه تغییـرات پایه‌هـای قبلـی براسـاس نیـاز کشـور و مطابـق بـا رویکرد سـند تحول بنیادیـن آمـوزش و پـرورش و برنامـه درسـی ملـی جمهـوری اسـلامی ایـران در نظـام جدیـد آموزشـی بازطراحـی و تألیـف کنیم. مهم‌تریـن تغییـر در کتاب‌ها، آموزش و ارزشـیابی مبتنی بر شایسـتگی اسـت. شایسـتگی، توانایـی انجام کار واقعی بطور اسـتاندارد و درسـت تعریـف شـده اسـت. توانایـی شـامل دانـش، مهـارت و نگـرش می‌شـود. در رشـته تحصیلی حرفـه ای شـما، چهار دسـته شایسـتگی در نظر گرفته شـده اسـت:

۱. شایستگی‌های فنی برای جذب در بازار کار مانند توانایی صفحه‌آرایی کتاب، طراحی جلد

۲. شایستگی‌های غیر فنی برای پیشرفت و موفقیت در آینده مانند نوآوری و مصرف بهینه

۳. شایستگی‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات مانند کار با نرم افزارها

۴. شایستگی‌های مربوط به یادگیری مادام‌العمر مانند کسب اطلاعات از منابع دیگر

بـر ایـن اسـاس دفتـر تألیـف کتاب‌های درسـی فنـی و حرفـه‌ای و کاردانش مبتنـی بر اسـناد بالادسـتی و با مشـارکت متخصصان برنامه‌ریـزی درسـی فنـی و حرفـه‌ای و خبـرگان دنیـای کار مجموعـه اسـناد برنامـه درسـی رشـته‌های شـاخه فنی و حرفـه‌ای را تدویـن نموده‌انـد کـه مرجـع اصلـی و راهنمـای تألیـف کتاب‌های درسـی هر رشـته اسـت.

ایـن کتـاب ششـمین کتـاب کارگاهـی اسـت که ویژه رشـته فتو-گرافیک تألیف شـده اسـت شـما در طول دورهٔ سـه سـاله شـش کتـاب کارگاهـی و بـا شایسـتگی‌های متفـاوت را آموزش خواهید دید. کسـب شایسـتگی‌های این کتـاب برای موفقیت در شـغل و حرفـه بـرای آینـده بسـیار ضـروری اسـت. هنرجویان عزیز سـعی نمایید؛ تمـام شایسـتگی‌های آموزش داده شـده در ایـن کتاب را کسـب و در فرآیند ارزشـیابی به اثبات رسـانید.

کتـاب درسـی گرافیـک نشـر و مطبوعـات شـامل پنـج پودمـان اسـت و هـر پودمـان دارای یـک یـا چنـد واحـد یادگیری اسـت و هـر واحـد یادگیـری از چنـد مرحلـه کاری تشـکیل شـده اسـت. شـما هنرجویـان عزیـز پـس از یادگیـری هـر پودمـان می‌توانیـد شایسـتگی‌های مربـوط بـه آن را کسـب نماییـد. هنرآمـوز محترم شـما برای هـر پودمان یـک نمره در سـامانه ثبت نمـرات منظور می‌نمایـد و نمـره قبولـی در هـر پودمـان حداقـل ۱۲ می‌باشـد.

همچنیـن عـلاوه بـر کتاب درسـی شـما امکان اسـتفاده از سـایر اجزاء بسـته آموزشـی که برای شـما طراحی و تالیف شـده اسـت، وجـود دارد. یکـی از ایـن اجزای بسـته آموزشـی کتاب همراه هنرجو می‌باشـد که برای انجـام فعالیت‌های موجود در کتاب درسـی بایـد اسـتفاده نماییـد. کتاب همـراه خـود را می‌توانید هنگام آزمون و فرایند ارزشـیابی نیز همراه داشـته باشـید.

فعالیت‌هـای یادگیـری در ارتبـاط بـا شایسـتگی‌های غیرفنـی از جملـه مدیریت منابـع، اخلاق حرفـه‌ای، حفاظت از محیط زیسـت و شایسـتگی‌های یادگیـری مـادام العمـر و فنـاوری اطلاعات و ارتباطـات همراه با شایسـتگی‌های فنی طراحی و در کتاب درسـی و بسـته آموزشـی ارائه شـده اسـت. شـما هنرجویان عزیز کوشـش نماییـد این شایسـتگی‌ها را در کنار شایسـتگی‌های فنـی آموزش ببینیـد، تجربـه کنیـد و آنهـا را در انجـام فعالیت‌های یادگیری بـه کار گیرید.

رعایـت نـکات ایمنـی، بهداشـتی و حفاظتـی از اصـول انجـام کار اسـت لـذا توصیه‌هـای هنرآمـوز محترمتـان در خصـوص رعایـت مـواردی کـه در کتـاب آمـده اسـت، در انجـام کارهـا جـدی بگیرید.

امیدواریـم بـا تـلاش و کوشـش شـما هنرجویان عزیـز و هدایت هنرآمـوزان گرامی، گام‌های مؤثری در جهت سـربلندی و اسـتقلال کشـور و پیشـرفت اجتماعی و اقتصادی و تربیت شایسـته جوانان برومند میهن اسـلامی برداشـته شـود.

دفتر تألیف کتاب‌های درسی فنی و حرفه‌ای و کاردانش

سخنی با هنرآموزان گرامی

در راستای تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش و برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران و نیازهای متغیر دنیای کار و مشاغل، برنامه درسی رشته فتو-گرافیک طراحی و بر اساس آن محتوای آموزشی نیز تالیف گردید. کتاب حاضر از مجموعه کتاب های کارگاهی می باشد که برای سال دوازدهم تدوین و تألیف گردیده است این کتاب دارای ۵ پودمان است که هر پودمان از یک یا چند واحد یادگیری تشکیل شده است. همچنین ارزشیابی مبتنی بر شایستگی از ویژگی های این کتاب می باشد که در پایان هر پودمان شیوه ارزشیابی آورده شده است. هنرآموزان گرامی می بایست برای هر پودمان یک نمره در سامانه ثبت نمرات برای هر هنرجو ثبت کنند. نمره قبولی در هر پودمان حداقل ۱۲ می باشد و نمره هر پودمان از دو بخش تشکیل می گردد که شامل ارزشیابی پایانی در هر پودمان و ارزشیابی مستمر برای هریک از پودمان ها است. از ویژگی های دیگر این کتاب طراحی فعالیت های یادگیری ساخت یافته در ارتباط با شایستگی های فنی و غیرفنی از جمله مدیریت منابع، اخلاق حرفه ای و مباحث زیست محیطی است. این کتاب جزئی از بسته آموزشی تدارک دیده شده برای هنرجویان است که لازم است از سایر اجزاء بستهٔ آموزشی مانند کتاب همراه هنرجو، نرم افزار و فیلم آموزشی در فرایند یادگیری استفاده شود. کتاب همراه هنرجو در هنگام یادگیری، ارزشیابی و انجام کار واقعی مورد استفاده قرار می گیرد. شما می توانید برای آشنایی بیشتر با اجزای بسته یادگیری، روش های تدریس کتاب، شیوه ارزشیابی مبتنی بر شایستگی، مشکلات رایج در یادگیری محتوای کتاب، بودجه بندی زمانی، نکات آموزشی شایستگی های غیرفنی، آموزش ایمنی و بهداشت و دریافت راهنما و پاسخ فعالیت های یادگیری و تمرین ها به کتاب راهنمای هنرآموز این درس مراجعه کنید.

کتاب شامل پودمان های ذیل است:

پودمان اول: عنوان "طراحی گرافیک صفحات وب"
پودمان دوم:با عنوان " نرم افزار صفحه‌آرایی(این دیزاین) "
پودمان سوم: عنوان " صفحه‌آرایی کتاب "
پودمان چهارم: عنوان" طراحی جلد کتاب "
پودمان پنجم: عنوان " طراحی گرافیک غرفه نمایشگاه کتاب"

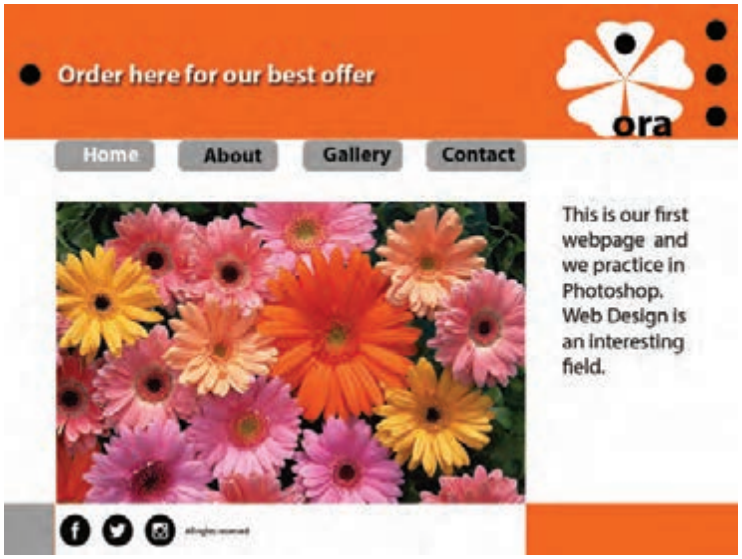
امید است که با تلاش و کوشش شما همکاران گرامی اهداف پیش بینی شده برای این درس محقق گردد.

دفتر تألیف کتاب های درسی فنی و حرفه ای و کاردانش

نظرسنجی کتاب درسی

پودمان ۱

مقدمه‌ای بر طراحی وب



قرن بیست و یکم میلادی شاهد آمیختگی روزافزون زندگی انسان با تکنولوژی، فناوری و دسترسی به انواع منابع آنلاین و استفاده از فضای سایبری برای کلیه فعالیت‌های فرهنگی، اقتصادی، آموزشی و... است. این وابستگی، جامعهٔ جهانی را بر آن داشته است که تمرکز و توجه ویژه‌ای به فضای مجازی از خود نشان دهد و طراحی وب نقش مهمی در آن دارد.

طراحی وب در حال حاضر یکی از گرایش‌های پرطرفدار در حوزهٔ هنر گرافیک می‌باشد.

در این پودمان، دانش‌آموختگان با مبانی طراحی وب با استفاده از زبان نشانه‌گذاری‌هایپرتکست (Hypertext Markup language) HTML و CSS (Cascading Style Sheet) با بیانی بسیار ساده آشنا می‌شوند. همچنین با برنامه‌ریزی و اصول طراحی سودمند صفحات وب، تایپوگرافی، صفحه‌آرایی، مبانی رنگ و فرمت‌های تصویر در فضای مجازی آشنا می‌شوند.

واحد یادگیری ۱

شایستگی طراحی صفحات وب

آموزش طراحی صفحات وب و کاربرد گسترده آن

■ هنرجویان در این پودمان مهارت‌های زیر را کسب خواهند کرد:

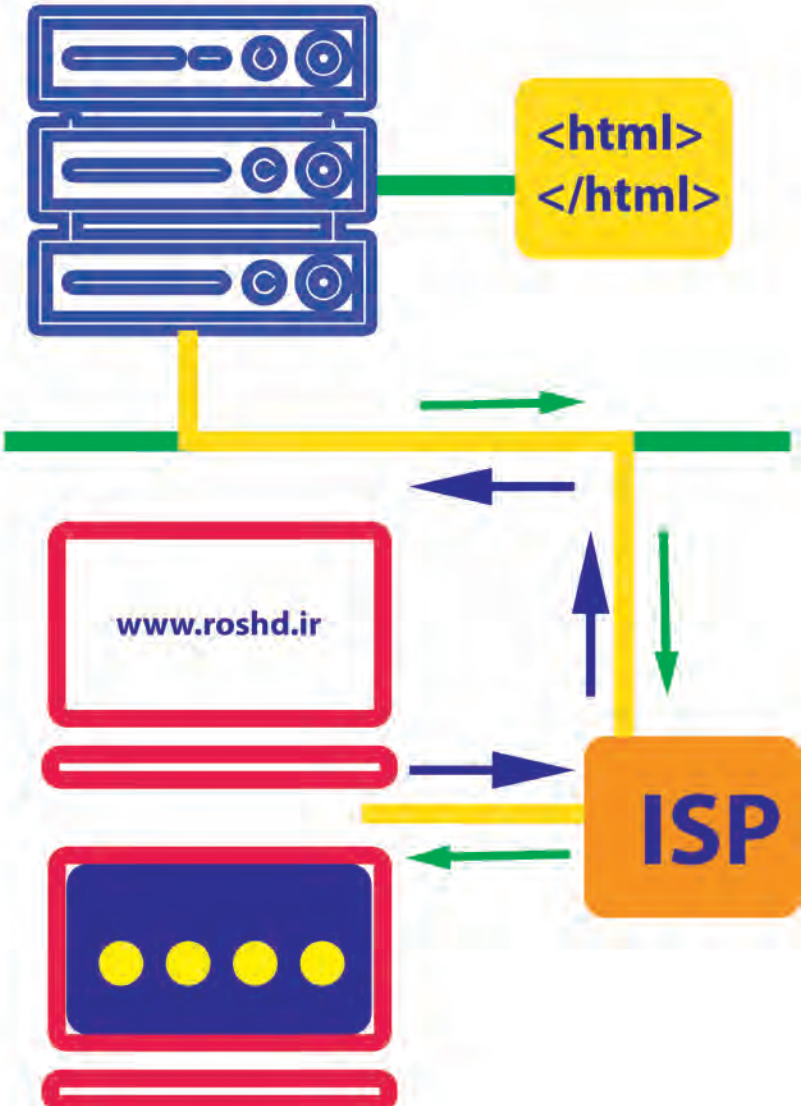
- تحلیل و بررسی ساختار صفحات وب
- طراحی صفحه وب سایت در نرم‌افزار
- بارگذاری در اینترنت

استاندارد عملکرد

■ اجرای طرح در نرم افزار HTML5 یا نرم افزارهای کدنویسی برای وب و همچنین آپلود وب سایت در فضای مجازی اینترنت

۱ـ۱ـ فرایند طراحی وب

زمانی که دو رایانه به اینترنت متصل می‌شوند، فرایندی ارتباطی بین داده‌های اطلاعاتی آغاز می‌شود. به تصویر شمارهٔ ۱ توجه کنید. سرور (Server) جعبهٔ آبی‌رنگ در تصویر، نوع خاصی از رایانه است که در برگیرندهٔ فایل‌های صفحات وب می‌باشد. رایانهٔ شخصی شما در خانه، مدرسه و یا حتی رایانه‌های پیشرفته در یک مرکز آموزش رایانه هیچ‌کدام سرور نیستند؛ زیرا قادر نیستند به طور مستقیم و بدون واسطه به اینترنت متصل شوند. اتصال به اینترنت توسط «سرویس خدمات اینترنت» (Internet Service Provider) یا به اختصار ISP انجام می‌شود (تصویر شمارهٔ ۱).



▲ تصویر۱-جعبهٔ آبی بالا نمایندهٔ سرور و ارتباط آن با اینترنت ISP

«طراحی وب» فرایندی است در امتداد نمایش بصری محتوا و داده‌های اطلاعاتی بر روی صفحات الکترونیکی وب که کاربر به یاری اینترنت و مرورگر (Browser) از آن بهره می‌گیرد.
محتویات سایت و عوامل تشکیل‌دهندهٔ هر صفحهٔ وب به‌گونه‌ای سازمان داده شده‌اند که برای رایانه قابل فهم می‌باشند. این عمل، توسط زبان کدگذاری شده که در صفحات بعد با آن بیشتر آشنا می‌شوید.
همان‌طور که در تصویر ۱ ملاحظه می‌کنید، مرورگر جهت نمایش صفحات، به دنبال یافتن ارتباط با فایل‌های سایت است که در سرور، ذخیره و نگهداری می‌شوند. سرور، فایل‌ها را به مرورگر می‌فرستد و مرورگر نیز به نوبهٔ خود، اطلاعات دریافتی را جهت نمایش سایت www.roshd.ir به روی صفحهٔ اسکرین، ترجمهٔ بصری و پردازش می‌نماید. منظور از ترجمهٔ بصری این است که داده‌های اطلاعاتی تبدیل به عوامل بصری از جمله تصویر، متن، فرم، تیتر، خط و ... می‌شوند. این فرایند بسیار سریع و در چند ثانیهٔ کوتاه انجام می‌گیرد.

▲ تصویر۲- طراحی در فضای مجازی و زیر مجموعه‌های آن

به بیان ساده‌تر، سایتی که طراح، آن را خلق و بر روی رایانهٔ شخصی‌اش ذخیره می‌کند، در رایانه‌های دیگر توسط کاربران قابل دیدن نیست. اما زمانی که طراح، فایل‌ها را به سرور انتقال می‌دهد، سایت، قابلیت دیدن بر روی رایانهٔ کاربران را پیدا می‌کند[1]. برنامه‌ریزی و خلق صفحات وب، مهارت‌های تخصصی ویژه‌ای از جمله فناوری اطلاعات (Information Technology) IT، معماری اطلاعات (Information Architecture)، ناوبری (Navigation)، صفحه‌بندی، تایپوگرافی را در بر می‌گیرد. این عوامل در زیر چتری وسیع به نام «طراحی در فضای مجازی» قرار می‌گیرند. طراحی در فضای مجازی حامل مبانی، اصول و استانداردهای ویژه‌ای است که در راستای هدف خلق سایت در درجهٔ اول و سپس پیام مورد نظر سفارش‌دهنده یا مالک سایت، حرکت می‌کند. در تصویر ۲ با ارکان مبانی طراحی در فضای مجازی آشنا می‌شوید(تصویر شمارهٔ ۲).

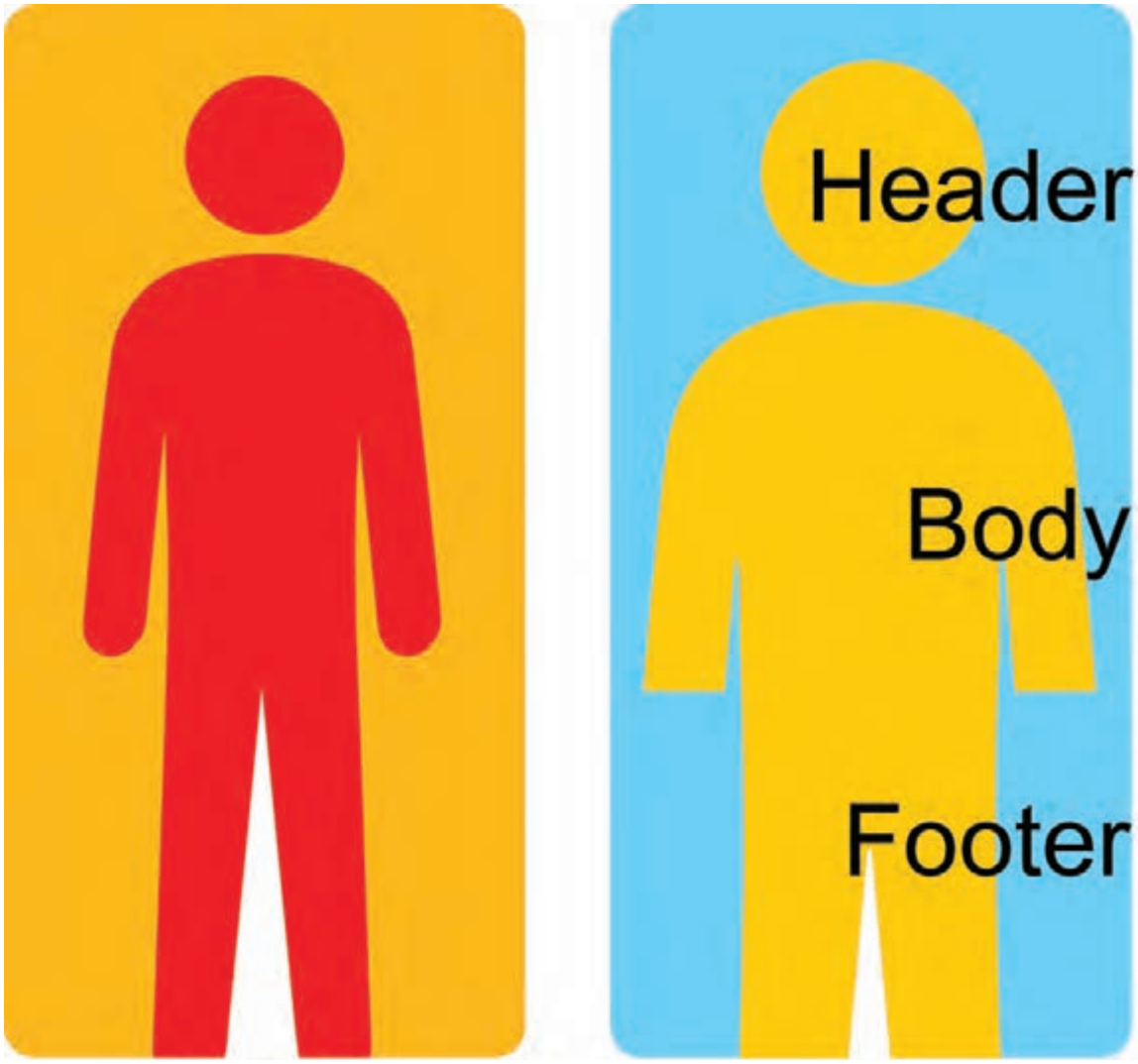
نکته

آیا می‌دانید طراحی (Design) چیست؟ به‌طور کلی «طراحی» فرایند دستیابی به ایدهٔ مناسب، سامان‌دهی و پیاده‌سازی (اجرا) آن با رعایت اصول زیبایی شناسی هنری و در راستای هدف و پیام مشخص است. طراحی در فضای مجازی وب نیز همین ویژگی کلی را داراست.

۲ـ۱ـ آناتومی یک صفحهٔ وب

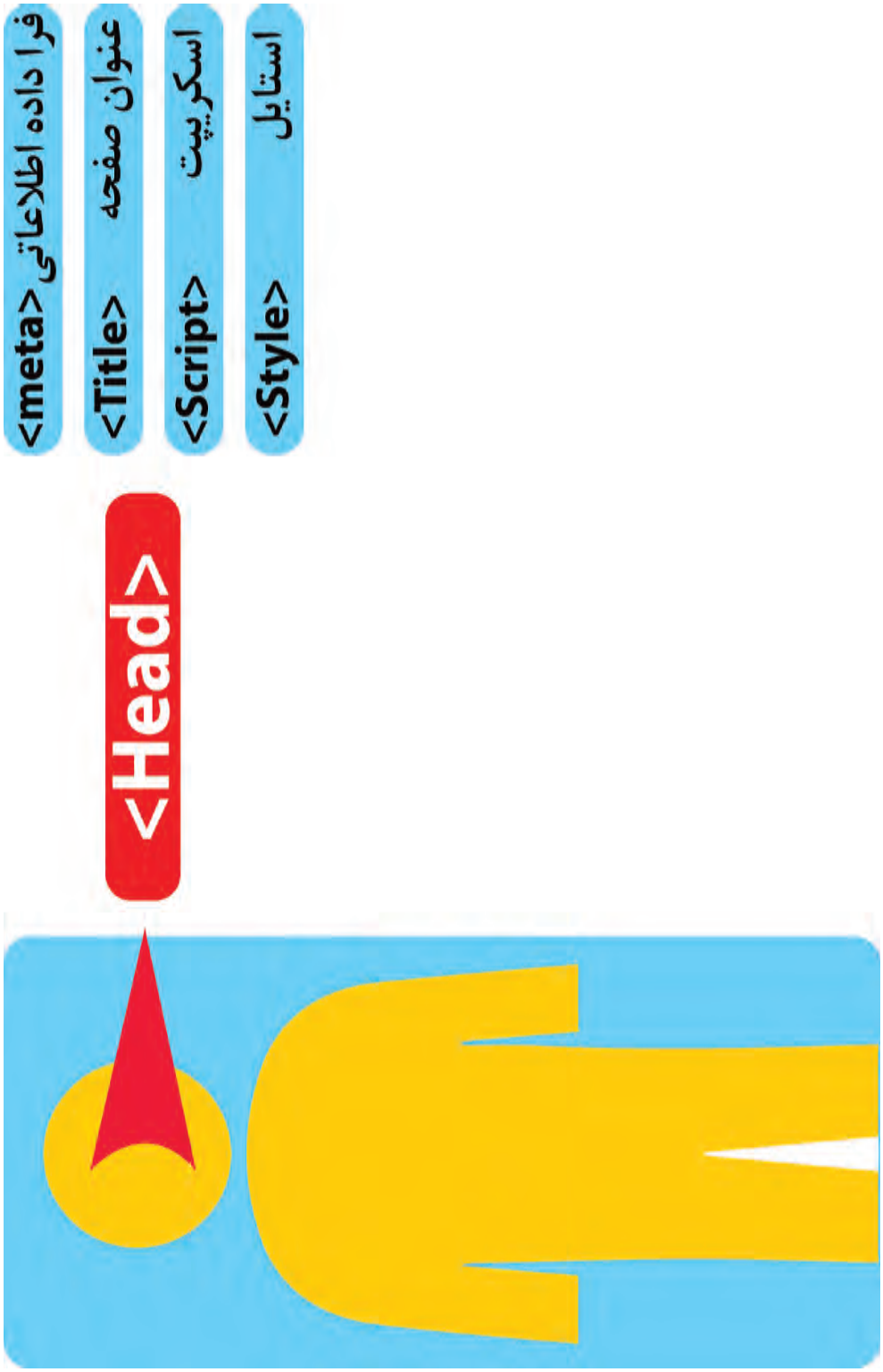
غالباً تصویر عوامل تشکیل‌دهندهٔ یک صفحهٔ وب برای کاربر امری ساده به نظر نمی‌رسد. به بیان دیگر، یک صفحهٔ وب علاوه بر نمای ظاهری و شکل بصری منعکس شده بر روی پردهٔ نمایش، اجزای تکنیکی پیچیده‌ای جهت پویانمایی و تعامل در پشت پردهٔ خود دارد که کاربر امکان مشاهدهٔ آنها را ندارد. یک طراح وب ملزم است به تمامی عوامل تشکیل دهندهٔ یک صفحه و نحوهٔ ارتباط و تعامل آنها با یکدیگر اشراف کامل داشته باشد. آناتومی یک صفحهٔ وب با آناتومی بدن انسان بسیار شباهت دارد. هر صفحهٔ وب همانند انسان از سه بخش سر، بدن و پا تشکیل می‌گردد. با این تفاوت که صفحهٔ وب دارای سر و بدن بزرگ و پاهایی کوتاه می‌باشد (شکل ۳).
همچنین، همانند هر انسان که دارای شکل ظاهری، رفتارهای ویژه و هویت منحصر به فرد می‌باشد، هر صفحهٔ وب نیز ویژگی‌های مخصوصی به شکل «مِتا دی‌تا» (meta - data) یا فرادادهٔ اطلاعاتی دارد که نمایانگر خصوصیات ویژهٔ آن است.

۱. در صفحات بعد با مرورگر و سرور بهتر آشنا می‌شوید.



▲ تصویر ۳- مقایسه بدن انسان با آناتومی یک صفحه وب بدنهٔ بزرگ‌تر و پاهای کوتاه‌تر است

این داده‌های اطلاعاتی در سَر (Head) جای می‌گیرند به‌گونه‌ای که قابل مشاهده برای کاربر نیستند (تصویر ۴). به طور کلی هر صفحهٔ وب دارای ارکان نوشتاری (Textual)، غیر نوشتاری (Visual) و تعاملی (Interactive) می‌باشد (تصویر ۵).این عوامل توسط « زبان برنامه‌نویسی وب» که قابل درک و خواندن برای رایانه است، انجام فعالیت‌های گوناگون را به سیستم دیکته می‌کند.


<Head>
<meta> فرا داده اطلاعاتی
<Title> عنوان صفحه
<Script> اسکریپت
<Style> استایل

تصویر ۴

▲ تصویر۵- ارکان نوشتاری و تصویری در یک صفحهٔ وب

تمرین

جست‌وجو در فضای وب و شناخت آناتومی صفحهٔ وب: سایت سازمان آموزش و پرورش، سایت رشد و سایت سازمان سنجش را جست‌وجو کنید و سپس آناتومی هر صفحه را مشخص نمایید.

۳ـ۱ ـ زبان وب

زبان وب، ابزار برنامه‌نویسی در فضای مجازی است. این زبان، ابتدا دستورالعمل‌ها را به‌صورت کدهای نوشتاری، تفسیری و استدلالی تبدیل می‌کند به‌گونه‌ای که رایانه قابلیت درک و پیروی از آنها را داشته باشد و سپس آنها را به‌صورت منظم و مرحله به مرحله (پلکانی) به اجرا در می‌آورد.

نکته

کدهای وب غالباً به‌طور پلکانی به اجرا در می‌آیند و به‌گونه‌ای هستند که همیشه آخرین دستورالعمل (قانون) بر دیگر دستورالعمل‌ها ارجح می‌شود.

انواع تکنولوژی HTML، XHTML، CSS، JSP، XML در خدمت برنامه‌نویسی وب هستند.
وب‌سایت‌های بزرگ غالباً از زبانی بهره می‌گیرند که از سوی سرور (Server) پردازش و با مرورگر (browser) مبادله می‌گردند. از میان زبان‌های رایج وب می‌توان از PHP، NET، ASP، Ruby، JSP یادکرد.

نکته

آیا می‌دانید سِرور (Server) و مرورگر (Browser) در فضای وب چه نقشی بازی می‌کنند؟
سِرور (Server) متشکل از یک سیستم رایانه‌ای است که میزبانی وب‌سایت‌های خاصی را به عهده می‌گیرد. این سیستم با استفاده از نرم‌افزارهای مخصوص مانند آپاچی (Apache) یا «ماکروسافت IIS» (Microsoft IIS)، به یاری اینترنت قابلیت دسترسی به صفحات وب را میزبانی (Hosting) می‌نماید.

نکته

مرورگر (Browser)، متشکل از اپلیکیشنی برای دسترسی و مشاهدهٔ وب‌سایت‌هاست. کاربری اصلی مرورگرها بر اساس پردازش کردن کدهای HTML و تبدیل آن به تصویر، متن، شکل، خط و ... بر روی صفحهٔ نمایش رایانه است. از انواع رایج مرورگرها می‌توان از «اینترنت اکسپلورر» (Internet Explorer)، گوگل کروم (Google Chrome)، سافاری (Safari)، موزیلا فایرفاکس (Mozilla Firefox) و اُپرا (Opra) نام برد.

تمرین

آشنایی با مرورگرهای متفاوت: تارنمای www.roshd.ir را بر روی مرورگرهای مختلف که در رایانهٔ خود دارید، باز کنید و به تفاوت‌های بین مرورگرها توجه کنید.

۱ـ مشخصات ویژهٔ هر مرورگر را بیابید.

۲ـ یافته‌های خود را در جدولی دسته‌بندی و یادداشت نمایید.

۴ـ۱ـ HTML رکن اصلی صفحهٔ وب

این شناسه، ساختار اصلی یک صفحهٔ وب را همانند بلوک‌های سازندهٔ یک ساختمان تشکیل می‌دهد. صفحات وب از نوعی سندهای نوشتاری تشکیل می‌شوند که ASCH نام دارند. (ASCH شامل حروف، عددها و مجموعه‌ای از کاراکترهای ویژه می‌باشد).

HTML (Hypertext Markup language) نوعی سیستم علامت‌گذاری «زبان نشانه‌گذاری‌هایپرتکست» است. هر فایل HTML از مجموعه‌ای عوامل پویانمایی و متحرک تشکیل می‌گردد که قابلیت تعیین عناصر موجود در صفحه از جمله تصویر، پاراگراف، متن، لینک، تیتر و نیز محل قرارگیری این عناصر در صفحه را دارد. در واقع کدهای HTML برای نمایش و طبقه‌بندی مطالب یک صفحهٔ وب به کار می‌روند. مؤلفه‌های HTML در میان دو علامت< > (علامت کوچک‌تر و بزرگ‌تر در ریاضی) که اصطلاحاً تَگ < tag > نامیده می‌شود، قرار می‌گیرند. هر عنصر از دو تگ آغازین و پایانی تشکیل می‌شود که واسطهٔ انتقال دادهٔ اطلاعاتی به مرورگر است. هر صفحه وب از ۳ تگ اصلی به ترتیب زیر تشکیل می‌شود:

۱ـ <Head >

۲ـ <title >

۳ـ <body >

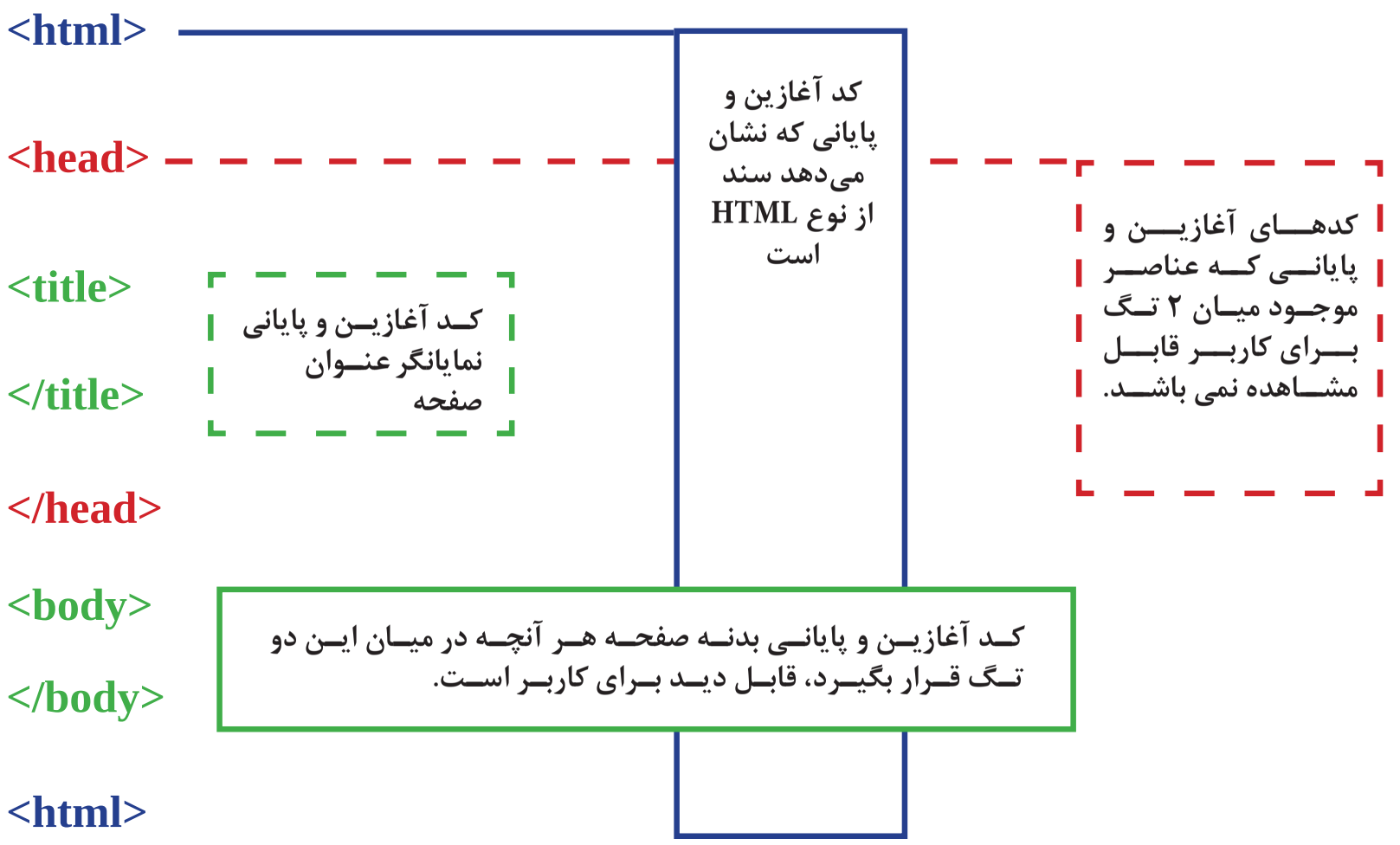
HTML مانند محفظه‌ای برای نگهداری داده‌ها میان‌تگ آغازین و پایانی عمل می‌کند.

<HTML> ... < HTML>

کد آغازین کد پایانی

نکته

دقت کنید که کد پایانی و کد آغازین همانند هم هستند، با این تفاوت که کد پایانی در ابتدا یک ممیز دارد.



▲ تصویر ۶- کدهای آغازین و پایانی HTMI به ترتیب قرار گیری در صفحه

در حال حاضر آخرین گونهٔ HTML همان است که از سال ۲۰۱۴ میلادی وارد بازار وب گردید. HTML، نوعی زبان نشانه‌گذاری است که امکانات بیشتری را برای طراح و نیز امکان تجربه کاربری مناسب در اختیار کاربر قرار می‌دهد. در جدول زیر با تعدادی < tag> اصلی HTML آشنا می‌شویم:

توضیح	<tag >
نمایندهٔ نوع سند می‌باشد.	< !doctype >
بیان‌کنندهٔ اینکه سند از نوع HTML است.	< html>
بیان‌کنندهٔ اطلاعات در مورد سند است.	<head >
نمایندهٔ عنوان صفحه است.	< title>
نمایندهٔ بدنهٔ اصلی سند است.	< body>
نمایندهٔ تیتر و سوتیتر (h۱ بزرگ‌ترین تیتر و H۶ کوچک‌ترین سوتیتر می‌باشد).	<h1> تا <h6>
نمایندهٔ پاراگراف می‌باشد.	< p>
به وجودآورندهٔ یک خط صاف در بین مطلب یا پاراگراف است.	< br>
نمایندهٔ تغییر مشخص در متن و محتوا می‌باشد.	< hr>
کاربر آن را نمی‌بیند و فقط برای شخص طراح و به عنوان توضیح قابل دید و استفاده است.	<!..... >

با توجه به کادر زیر، تگ‌های «HTML» را می‌توانید ملاحظه کنید که به‌صورت نوعی زبان نشانه‌گذاری برای بیان و نمایش تفاوت میان عناصر صفحه عمل می‌کنند. در اینجا به کاربرد و محل قرارگیری تگ‌های آغازین و پایانی توجه کنید!

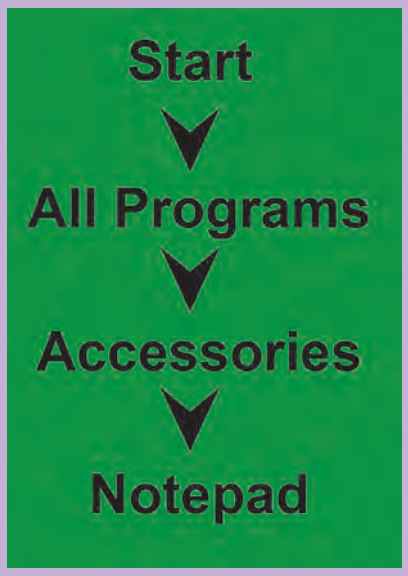
```
< HTML>
< Body>
< H1>  اینجا محل تیتر اصلی است.  </H1>
< p> این پاراگراف اول و متن کاربردی صفحه است. </p>
< H2>  اینجا محل سوتیتر است.  < /H2>
< p>  اینجا پاراگراف دوم قرار می‌گیرد.  < /p>
</Body>
</ HTML>
```

▲ **تصویر ۷- نمایی از کدهای نشانه‌گذاری HTML**

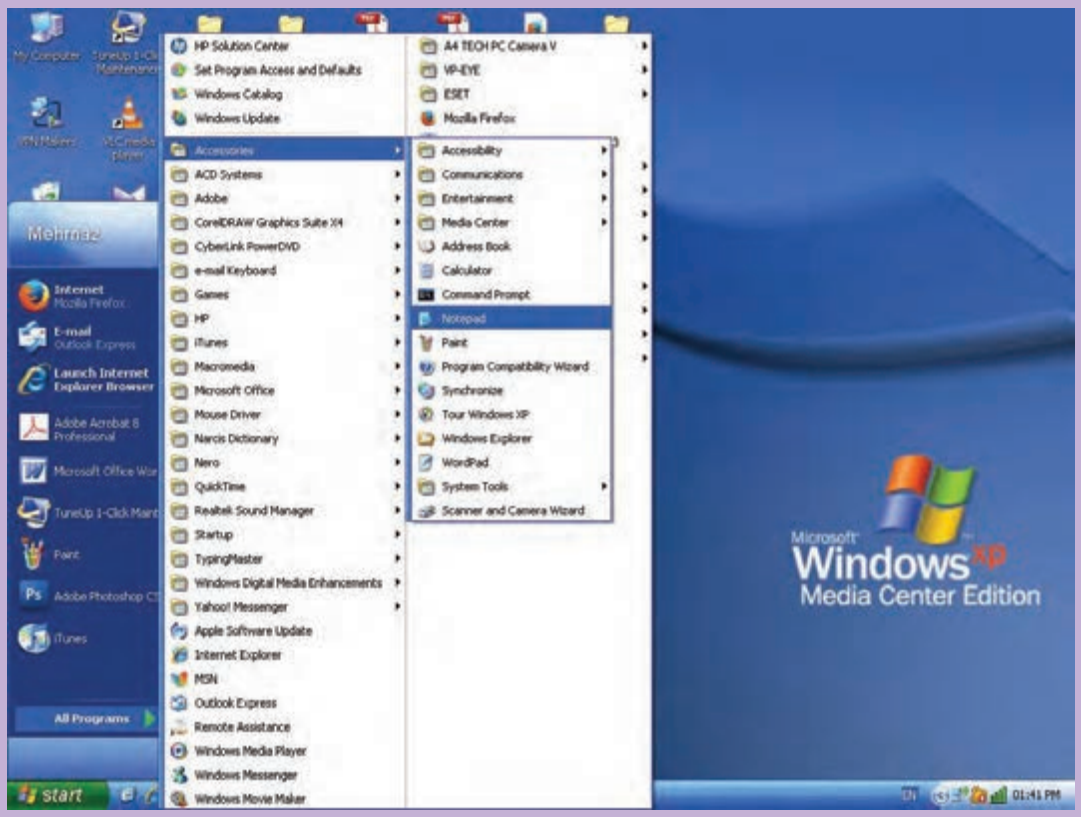
تمرین

طی مراحل زیر یک صفحهٔ وب ساده توسط کدهای HTML بسازید:

۱ـ ابتدا اپلیکیشن نُت پَد (Note pad) را باز کنید. مراحل را مانند جداول زیر انجام دهید.



◀ تصویر ۸- برای باز کردن **Notpad** به ترتیب بالا عمل کنید



▲ تصویر ۹

۲ـ کدهای زیر را روی آن تایپ کنید:

```
firstpage - Notepad
File Edit Format View Help
<html>
<head>
<title>اولین صفحه وب</title>
</head>
<body>
<h1>سلام !</h1>
<h2>به صفحه من خوش آمدید</h2>
<p>این یک تمرین کاربردHTML برای تولید یک صفحه وب است. NOTEPAD را باز و مطالب خود را در آن تایپ میکنیم</p>
<h5>کاربرد HTML ساده تر از آنچه فکر می کردم بود .</h5>
</body>
</html>
```

▲ تصویر ۱۰

۳ـ سپس منوی File را باز کنید و Save as را انتخاب کنید، سند را ذخیره نمایید.
۴ـ سند خود را با نام firstpage.html ذخیره (Save) کنید.

توجه : دقت کنید که حتماً فایل را با پسوند .html ذخیره کنید.

۵ ـ دقت کنید که منوی Save as type → All files را انتخاب کنید.
۶ ـ اکنون می‌توانید فایل مورد نظر را در مرورگر خود ببینید، ابتدا روی فایل مورد نظر خود کلیک کنید. (فایل مورد نظر با پسوند .html دیده می‌شود) تا سند به‌طور خودکار بر روی مرورگر رایانهٔ شما باز گردد.
۷ـ اولین صفحه وب شما بر روی مرورگر ظاهر می‌شود همانند آنچه که در تصویر ۱۱ می‌توانید ملاحظه نمایید.

▲ تصویر۱۱–خلق یک صفحه وب توسط HTML

توجه : به تغییر اندازهٔ مطالب دقت کنید که توسط تگ‌های مختلف مشخص شده است.

طراحی اتودهای اولیه

آموزش طراحی صفحات وب و کاربرد گسترده آن

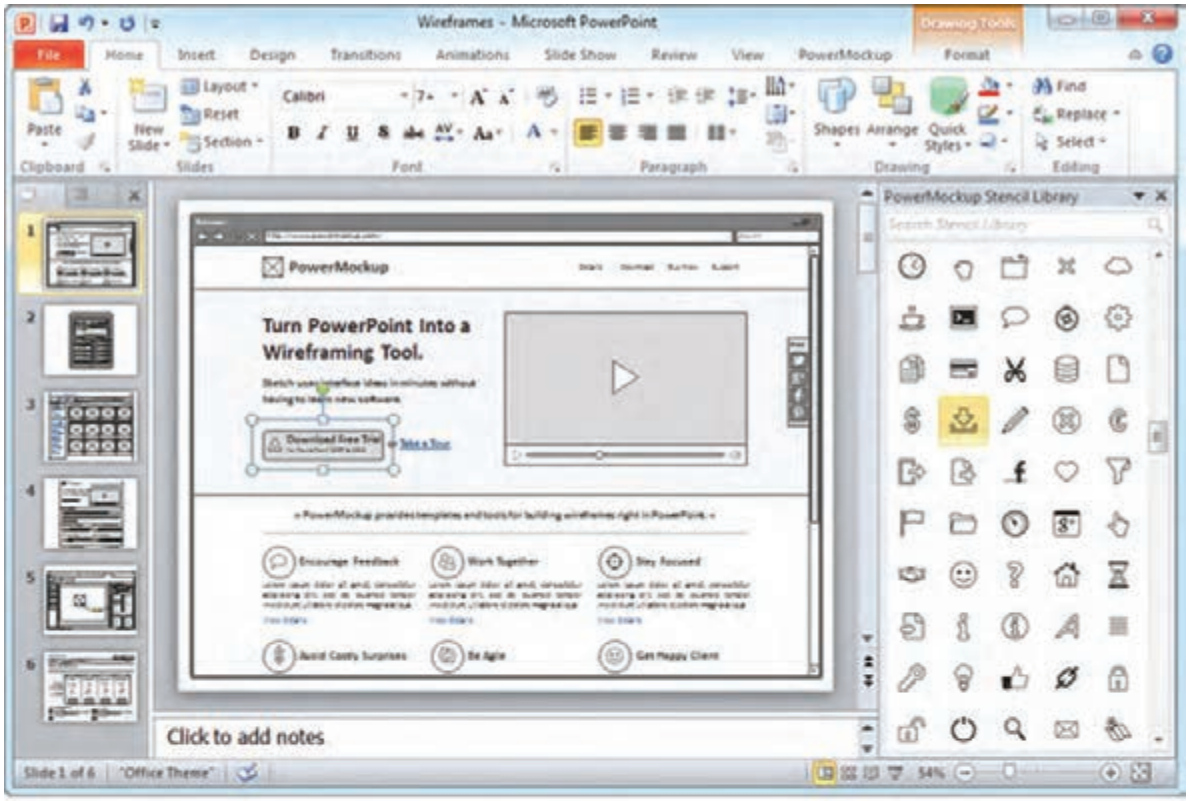
۱ ـ قدم اول در طراحی یک صفحهٔ وب؛
۲ ـ آماده‌سازی وایرفریم؛
۳ ـ انتقال عناصر بصری و ارکان نوشتاری به صفحه وب؛
۴ ـ انواع تصویر در فضای مجازی؛
۵ ـ رزولوشن تصویر؛
۶ ـ ابعاد تصویر؛
۷ ـ تایپوگرافی در فضای مجازی
۸ ـ انتخاب و کاربرد رنگ؛

یادآوری: رنگ‌های RGB؛

۹ـ رنگ‌های هِگز Hex؛
۱۰ـ پالت رنگی وب؛
۱۱ـ طراحی صفحهٔ وب توسط نرم‌افزار فتوشاپ؛
۱۲ـ مراحل اسلایس کردن صفحهٔ وب

۱ـ قدم اول در طراحی یک صفحهٔ وب

جهت طراحی یک صفحهٔ وب همانند خلق هر اثر گرافیکی دیگری که تاکنون خلق کرده‌اید، نیازمند به طراحی اتود اولیه هستند. طراحی اتودهای اولیه در فضای مجازی از اپلیکیشن و وب‌سایت شامل طرح‌هایی به نام «وایرفریم» (wireframe) است. «وایرفریم» مرحلهٔ بسیار مهمی در فرایند طراحی را به خود اختصاص می‌دهد؛ زیرا قادر است امکان دسته‌بندی و درجه‌بندی اطلاعات را بر اساس اهمیت موضوع و نیز خلق صفحه‌آرایی بهینه جهت استفاده آسان کاربر فراهم کند. به بیان دیگر وایرفریم گرید صفحه را مشخص می کند.
«وایرفریم» غالباً طرح خطی ساده همانند نقشهٔ یک ساختمان و به رنگ سیاه و سفید است. در حال حاضر طراحان وب بدون تهیهٔ «وایرفریم» وارد مراحل بعدی طراحی از جمله طراحی نرم‌افزاری (همانند فتوشاپ و «دریم ویور»(Dreamweaver)) و یا کدنویسی نمی‌شوند (تصویر ۱۲).
در تصویر ۱۲ شما با انواع نمونه‌های وایرفریم صفحات وب اپلیکیشن آشنا می‌شوید.



▲ تصویر ۱۲- دو نمونه «وایرفریم» در بالا نمونه «وایرفریم» یک صفحه وب سایت و تصویر پایین «وایرفریم» اپلیکیشن

۲ـ آماده‌سازی وایرفریم

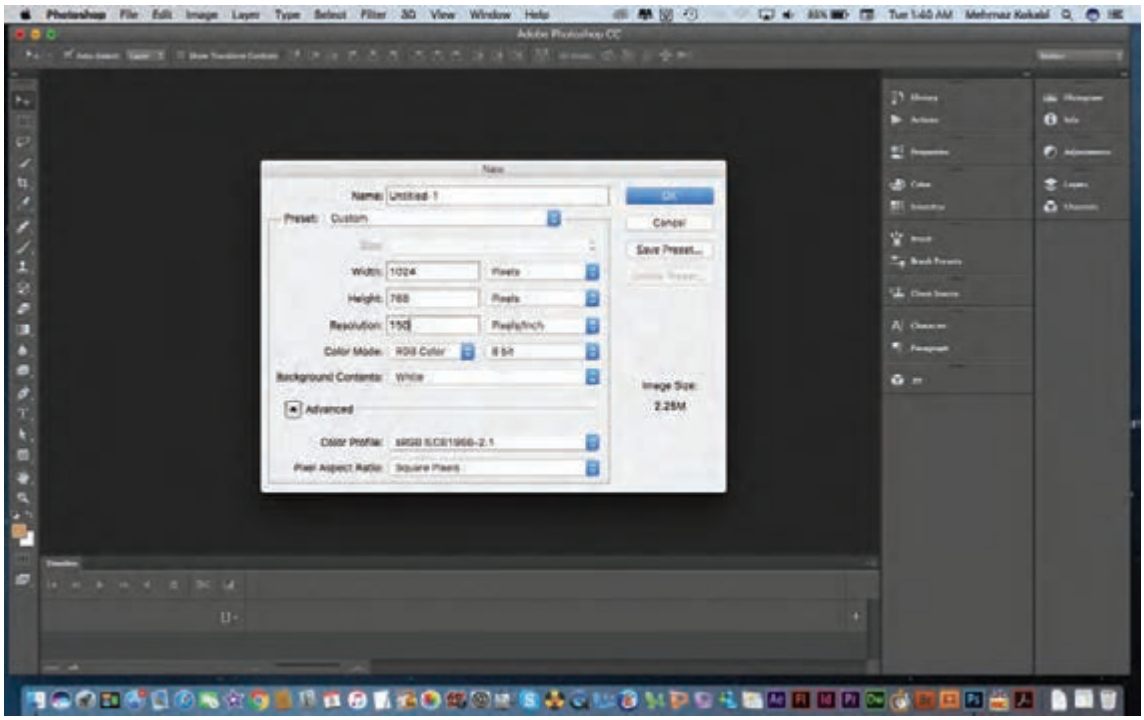
برای تهیهٔ «وایرفریم» می‌توان از نرم‌افزار فتوشاپ استفاده کرد. نرم افزار فتوشاپ را باز کرده و به ترتیب زیر عمل می‌کنیم:

۱ـ به منوی فایل رفته و سند جدیدی را باز می‌کنیم.

۲ـ زمانی که پنجره «new» باز می شود، ابعاد صفحه را بر اساس اندازه‌های زیر تنظیم می‌کنیم:

ابعاد صفحه: ۷۶۸ـ ۱۰۲۴
رزولوشن: ۱۵۰
مد رنگ: RGB

برای اطلاعات بیشتر به تصویر ۱۳ مراجعه کنید.



▲ تصویر ۱۳

اندازه‌های استاندارد صفحهٔ وب	
۶۰۰-۸۰۰ پیکسل	۱۲۸۰_۱۰۲۴ پیکسل
۱۰۲۴_۷۶۸ پیکسل	۱۳۶۶_۷۶۸ پیکسل
۱۲۸۰-۸۰۰ پیکسل	۱۹۲۰_۱۰۸۰ پیکسل

نکته

طراح، ابعاد صفحهٔ وب را بر اساس نیاز و در نظر گرفتن قوانین کنسرسیوم جهانی وب باید از میان اندازه‌های استاندارد انتخاب کند.

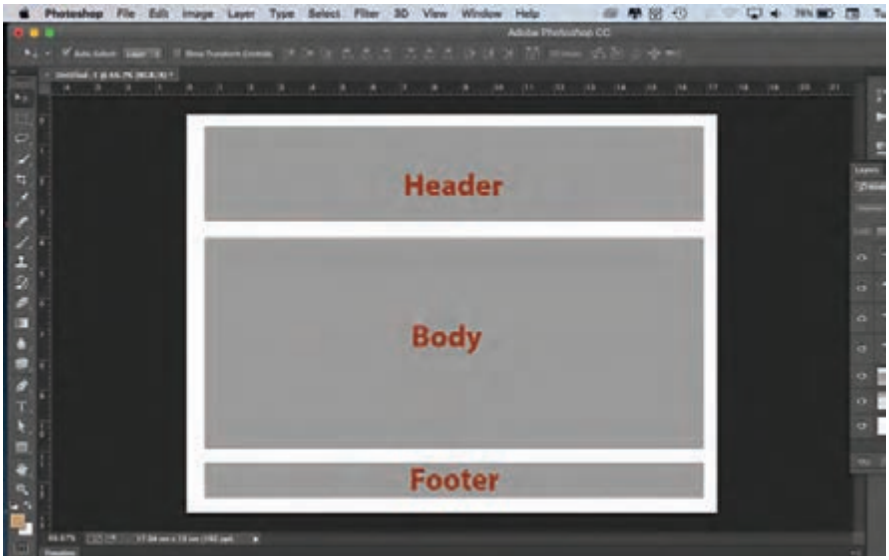
نکته

انتخاب اندازه‌های استاندارد بزرگ‌تر، امکان تغییر ابعاد را در هنگام استفاده از ابزار الکترونیکی مختلف مانند: موبایل، تبلت، رایانهٔ میزی و لب‌تاپ بدون به هم ریختگی طرح فراهم می‌کند.

۳ـ موقعیت ابعاد Header – Body – Footer را مشخص می‌کنیم.

نکته

انتخاب ابعاد عرضی (width) ثابت و مطابق با اندازه‌های استاندارد است، اما انتخاب ابعاد طولی (height) می‌تواند بر اساس میل طراح و نیاز صفحهٔ وب از لحاظ میزان محتوا، تغییر کند.



تصویر ۱۴

۴- در این مرحله، طراحی اولیهٔ صفحه را بر روی «وایرفریم» مشخص می‌کنیم. ارکانی که باید بر روی صفحه مشخص شوند عبارت‌اند از:

Header	۱ـ لوگو (نشانه)؛ ۲ـ هویت سایت – نام سایت؛ ۳ـ منو صفحه یا ناوبری (Navigation).
Body	محل قرارگیری متن و تصویر (کلیهٔ عناصر نوشتاری و تصویری).
Footer	ـ نقشهٔ سایت، مالکیت، کپی‌رایت؛ ـ نشانه‌های ارتباطی با «سایت‌های سوم شخص» همانند سایت‌های شبکه‌های اجتماعی که مالکیت آن متفاوت بوده اما امکان لینک و ارتباط با آنها از طریق سایت دیگر مهیا است که به آنها «ویدجت» (widget) گفته می‌شود.

تمامی این عوامل بصری فقط به‌صورت خط ساده دیده می‌شوند مثلاً لوگو یا تصویر به‌صورت کادر ساده با یک ضربدر در میان آن دیده می‌شود.

۵-در اینجا وارد مرحلهٔ آخر یعنی بررسی و آزمایش جایگیری عناصر می‌شویم. در این مرحله امکان تغییر و تصحیح طراحی وجود دارد.

۶-پس از آزمایش و تأیید جای گیری عناصر در صفحه، بر اساس استانداردهای کنسرسیوم جهانی وب (w3) و در ارتباط با «استفادهٔ آسان کاربر» (user friendly)، «وایرفریم» خود را به صورت یک صفحهٔ یکپارچه JPG یا PNG ذخیره می‌کنیم.

نکته

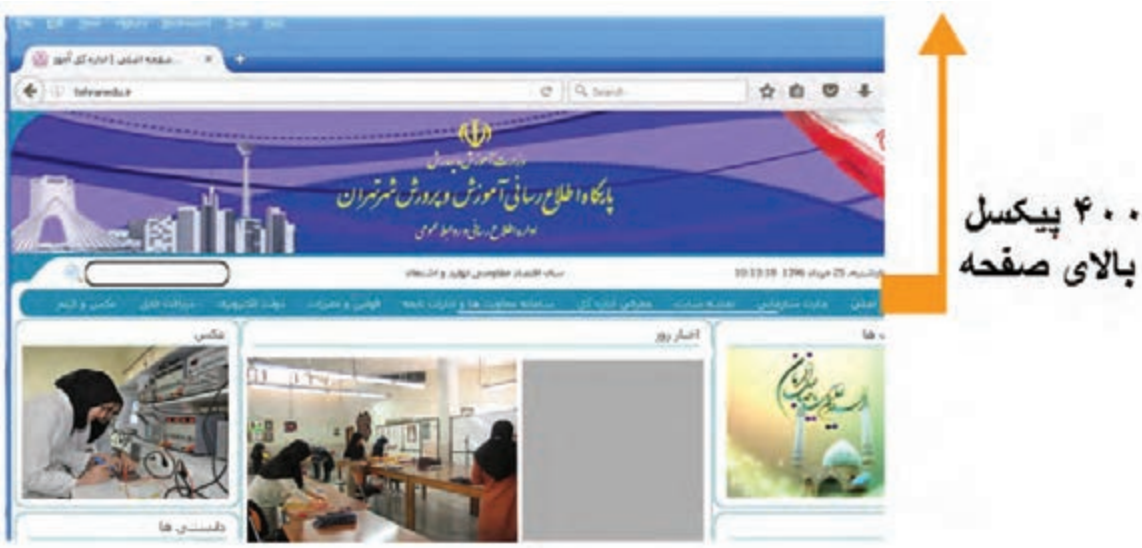
دقت داشته باشیم که «وایرفریم» فقط یک الگو و یا گرید سادهٔ بصری نیست، بلکه وظیفه‌ای فراتر از آن بر عهده دارد و آن مطابقت طراحی با استانداردهای جهانی W3 است.

تاکنون چندین بار در مورد کنسرسیوم سازمان جهانی وب (W3)، صحبت به میان آمد. این ارگان، استانداردهایی را برای طراحی و اجرا در فضای مجازی تعیین کرده است و از طراحان خواسته تا از آنها پیروی کنند.

در اینجا چکیده‌ای کوتاه از این استانداردها را با هم مرور می‌کنیم:

۱ـ اندازهٔ صفحهٔ سایت را مطابق با استانداردهای مونیتورهای موجود انتخاب کنید به‌گونه‌ای که به راحتی قابلیت کوچک و بزرگ شدن درصفحهٔ نمایش سایر وسایل الکترونیکی را به‌راحتی داشته باشد. در این حالت «صفحه‌آرایی شناور» (Fluid layout) را برای لی‌آوت صفحات انتخاب می‌کنیم. همان‌طور که از نام آن پیداست، صفحات به‌حالت شناور، سیال هستند و به راحتی به یکدیگر تبدیل می‌شوند. این نوع طراحی را «واکنش‌گرا» (Responsive) می‌گویند.

۲ـ در زمان جایگیری عناصر بصری، از بالای صفحه شروع می‌کنیم، ابتدا مهم‌ترین رکن صفحه یعنی نشانه، نام و هویت سایت را در بالاترین نقطهٔ صفحه قرار می‌دهیم، سپس شعار تبلیغاتی و در مرحلهٔ سوم، منوی صفحه. به طور کلی توصیه شده است که این سه بخش در ۴۰۰ پیکسل بالای صفحه قرار گیرند.
۳ـ استفاده از فضای منفی مناسب: در زمان طراحی بین ارکان بصری صفحه، لازم است از فضای منفی به خوبی استفاده نماییم. رعایت نکردن این نکته باعث می‌شود که کاربر تمرکز خود را بر روی محتوای صفحه تا حدود ۲۰ درصد از دست بدهد.



▲ تصویر۱۵- در این شکل ۴۰۰ پیکسل بالای صفحه شامل ارکان لوگو نماد تبلیغاتی و منو صفحه می‌باشد.

۳ـ انتقال عناصر بصری و ارکان نوشتاری به صفحه وب

در این مرحله، «وایرفریم» را به‌صورت یک لایه و گرید در زیر دست خود داریم. به کمک این لایه می‌توانیم عوامل بصری را با دقت کامل در صفحه جای‌گذاری کنیم.

نکته

در اینجا لازم است با انواع عوامل بصری و ارکان نوشتاری در فضای مجازی آشنا شویم. عناصر تصویری که در زیرمجموعهٔ تصویر قرار می‌گیرند، عبارت‌اند از: لوگوتایپ، مونوگرام، نشانه، عکس، تصویرسازی، دیاگرام، نمودار، جدول و انواع آیکون‌های تصویری.

ارکان نوشتاری شامل متن، تایپوگرافی، تیتر، سوتیتر و اعداد می‌باشد.

۴ـ انواع تصویر در فضای مجازی

تصویر در فضای مجازی به دو گونه اصلی دیده می‌شود:

۱ـ تصویرهای بیت مپ (Bitmap) که از کنار هم قرار گرفتن اجزای بسیار ریزی به پیکسل نام (pixel) تشکیل می‌شود. تصاویر در فضای مجازی با ۳ فرمت JPEG و GIF و PNG ذخیره و استفاده می‌شوند. استفاده از این فرمت‌ها، زمان بارگذاری (Download) را کوتاه کرده و قابلیت نمایش بر روی مرورگر را آسان می‌کند.

۲ـ تصویرهای رسّامی شدهٔ وکتور (Vector) غالباً در نرم‌افزارهایی مانند ایلاستریتور (Illustrator) یا کورل دِراو (Corel Draw) ترسیم می‌شوند. تصاویر وِکتور، شکل‌های هندسی تشکیل شده از خط،سطح، بعد، رنگ و فرم هستند و وابسته به رزولوشن (وضوح تصویری) نیستند. انواع لوگوتایپ، نشانه، دیاگرام و جدول از این دسته هستند. هنگام استفاده از فایل وکتور در وب، ابتدا باید از آن، یک خروجی با فرمت‌های بیت‌مپ از جمله JPEG و GIF و PNG، گرفته شود.

نکته

دقت کنید، سندی که در ایلاستریتور خلق می‌شود و غالباً به صورت AI و یا AS ذخیره می‌گردد، نمی‌تواند بدون خروجی و تبدیل شدن به یکی از فرمت‌های بیت‌مپ در وب مورد استفاده قرار گیرد.

۵ـ رزولوشن تصویر

نمایندهٔ وضوح تصویری می‌باشد و یکی دیگر از شاخص‌هایی است که برای استفادهٔ تصویر در فضای وب باید در نظر گرفته شود. وضوح تصویری یا رزولوشن نمایانگر تعداد پیکسلی است که بر روی صفحهٔ نمایش به تصویر در می‌آید. تصاویری که برای رسانه‌های چاپی استفاده می‌شوند، باید دارای رزولوشن ۳۰۰ dpi باشند؛ اما در فضای مجازی، با توجه به سرعت بارگیری صفحات، نیاز است که وزن صفحه و عناصر بصری تا حد امکان کم باشد. لذا وضوح تصویر بین ۷۲ تا ۱۵۰ dpi تنظیم می‌شود.

نکته

ـ رسانه‌های چاپی شامل انواع جراید، نشریات، کتاب‌ها و به‌طور کلی هرآنچه که از طریق چاپ بر روی صفحه به نمایش درآید، می‌باشد.
ـ Dpi واحد اندازه‌گیری وضوح تصویر در فضای مجازی است.

۶ـ ابعاد تصویر

انتخاب تصویر با اندازهٔ مناسب یکی از عواملی است که باید توسط طراح به دقت در نظر گرفته شود. زمانی که

در «وایرفریم»، کادری برای تصویر با اندازهٔ مشخص در نظر گرفته می‌شود، باید ابعاد طولی و عرضی تصویر دقیقاً با آن مطابقت داده شود. انتخاب تصویر کوچک‌تر از کادر، باعث کشیدگی تصویر و بر عکس، انتخاب تصویر بزرگ‌تر باعث فشردگی آن می‌شود. بنابراین، تصویر از حالت اصلی خود خارج می‌شود. همچنین استفاده از تصاویر بزرگ‌تر از اندازهٔ مورد نیاز، باعث ازدیاد وزن بصری صفحه شده و در بارگیری و انتقال، مشکل ایجاد می‌کند (تصویر ۱۶).

▲ تصویر۱۶- این تصویر ابعادی کوچکتر از کادر در نظر گرفته شده دارد، به همین دلیل دچار کشیدگی شده است.

۷ـ تایپوگرافی در فضای مجازی

یکی از مهم‌ترین ارکان طراحی در فضای مجازی، تایپوگرافی است. انتخاب فونت باید بر اساس محتوای سایت باشد و از فونت‌هایی باید استفاده کرد که قابلیت نمایش مناسب بر روی صفحهٔ مانیتور را داشته باشند. همچنین توصیه می‌شود که از فونت‌های تزئینی با ظرافت زیاد (همانند خط نستعلیق استفاده نشود و بلکه بر عکس از فونت‌های ضخیم (یا اصطلاحاً گوشتدار)) همانند یکان و ترافیک و .... استفاده کنیم. در زبان لاتین «تایمز رومن» (Times Roman) ـ هلوِتیکا (Helvetica) ـ اِریال (Arial)ـ وردِنا (Verdana) از جمله فونت‌هایی هستند که استفاده از آنها توصیه می‌شود.

نکته

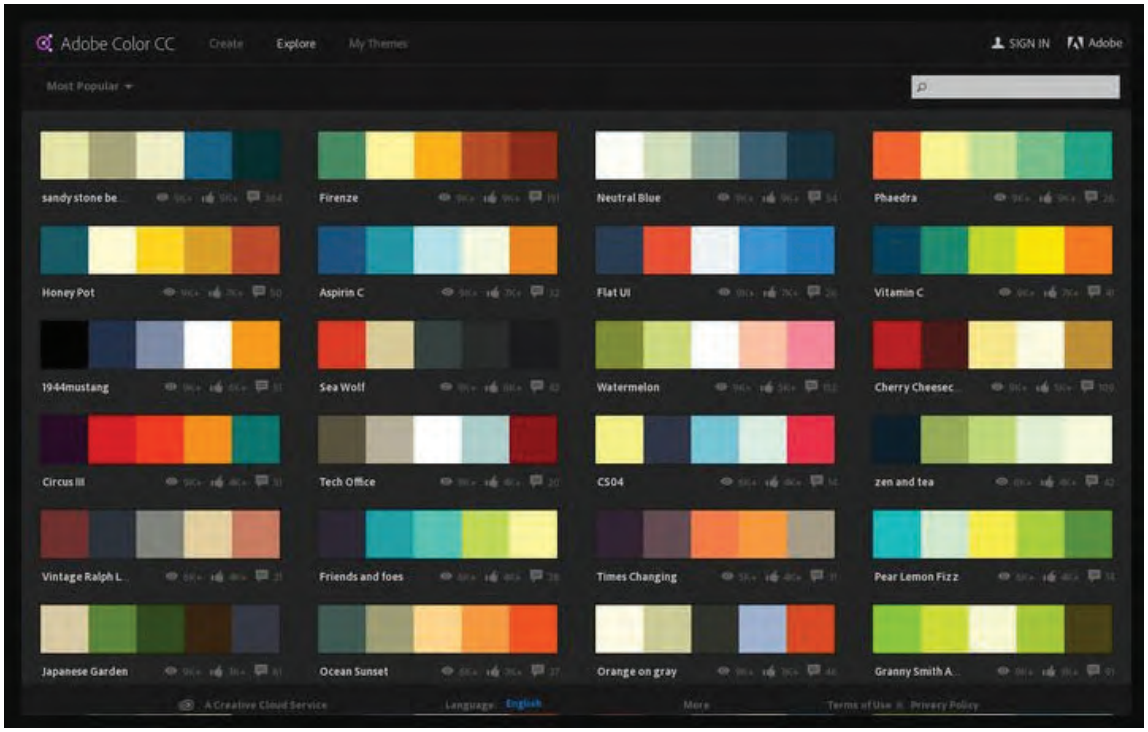
۱- در حال حاضر گوگل ،حدود ۶۰۰ نوع فونت جدید جهت استفاده در فضای مجازی ایجاد کرده است که در اختیار طراحان وب قرار دارد. برای اطلاعات بیشتر به این آدرس مراجعه کنید :

www.googlefonts.com

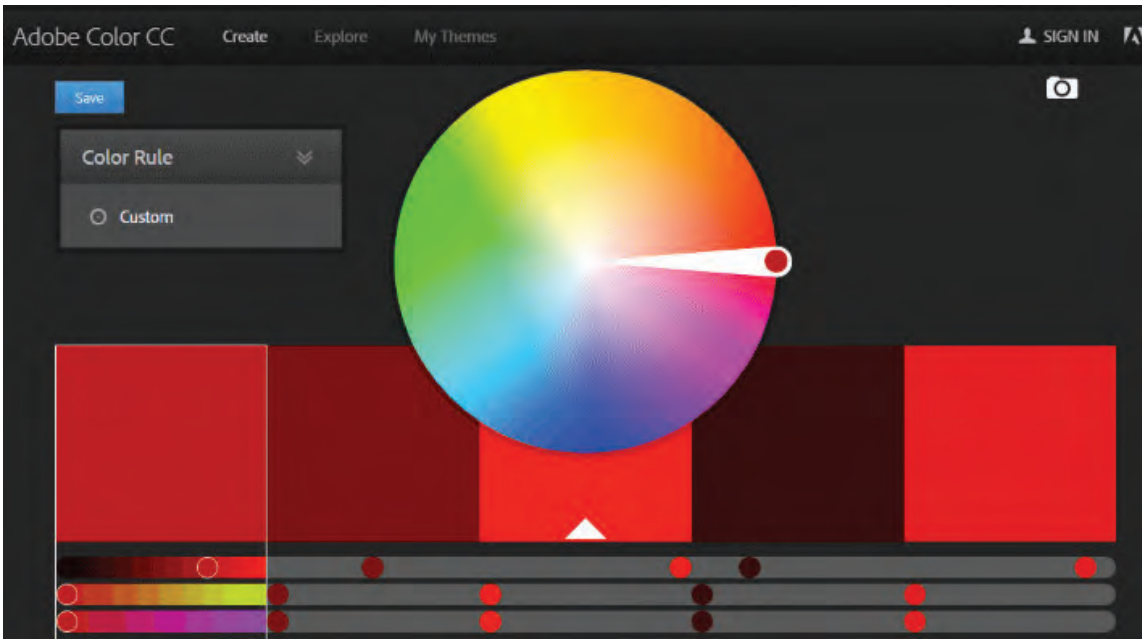
۲- لازم است در استفاده از فونت به کنتراست لازم بین زمینه و نوشته و همچنین اندازهٔ مناسب فونت توجه شود تا فرایندخواندن برای کاربران آسان‌تر شود.

۸ـ انتخاب و کاربرد رنگ

کاربرد رنگ در طراحی وب بسیار حائز اهمیت است. علاوه بر آنچه که تاکنون در حوزهٔ مبانی رنگ فرا گرفته‌اید، (کنتراست، خلوص، رنگ‌های مکمل و متضاد و اشباع رنگی) رنگ در فضای مجازی ریشهٔ عمیقی در علم روان‌شناسی و هویت‌سازی و برندسازی تبلیغاتی دارد. رنگ در ذات خود دارای ارزش‌های نهفته‌ای می‌باشد که قادر است بر روی بینندهٔ خود به‌طور آگاهانه و یا ناآگاهانه تأثیر گذاشته و نیز احساسات گوناگونی را در وی برانگیزد. همچنین رنگ می‌تواند فرد را مشتاق یا بی‌نیاز به واکنش‌ها و عملکردهای مختلف نماید. برای مثال او را مشتاق و یا بی‌تفاوت نسبت به خرید محصولی نماید. طراحان وب از این توانایی منحصر به فرد رنگ، در راستای هدف و پیام سایت به خوبی بهره می‌گیرند. برای مثال بازدید از وب سایت مواد غذایی با رنگ‌های اشتها برانگیز می‌تواند کاربر را دعوت به خرید و سفارش بیشتر نماید. علاوه بر ده‌ها مثال دیگر، استفاده از رنگ نارنجی به کاربر حس آشنایی و خرید با صرفه را می‌دهد؛ بدین معنا که اگر کاربر، از سایتی قصد خرید آنلاین را داشته باشد و رنگ نارنجی در آن سایت ارجح باشد، ناخودآگاه احساس می‌نماید که خرید مناسب و با صرفه‌ای را انجام می‌دهد و در نتیجه احساس رضایت‌مندی و اطمینان می‌نماید. یکی از نرم‌افزارهایی که می‌تواند شما را در انتخاب رنگ کمک نماید، اَدُبی کالِر سی سی (Adobe color cc) می‌باشد.



▲ تصویر ۱۷- نرم‌افزار ادوبی کالر سی سی که ابزاری مناسب برای انتخاب رنگ است.



▲ تصویر ۱۸

جدول زیر می‌تواند تا حدی شما را در انتخاب رنگ یاری نماید.

رنگ	مفهوم
قرمز	هیجان، عشق، اشتیاق، نفرت، خون، طعم، حرارت، تحرک، جنبش، تحریک ذائقه؛
نارنجی	دوستی، آشنایی، انرژی، باصرفه، فعال، شادی، خورشید، خلاقیت، مهربانی، تحریک ذائقه؛
زرد	انرژی، شادی، اعلام خطر، ورزش؛
سبز	طبیعت، محیط زیست، رشد و نمو، ثروت، علم، رفاه؛
آبی	آسمان، دریا، رشد عقلی، هوش، ارتباط و پیام‌رسانی، اطمینان، آرامش؛ رنگ آبی طبق آمارهای جهانی وب، مورد پسند عامهٔ مردم جهان می‌باشد و با هیچ فرهنگی مغایرت ندارد.
بنفش	گل، عطر، تجمل، رنگ سلطنتی، رمانتیک، راز و نیاز؛
سفید	پاکی، نور،سبکی، خلوص، تقوا. همچنین رنگ سفید بهترین رنگ برای پس‌زمینه می‌باشد.
سیاه	قدرت، جلال، شکوه، توانایی، جامعیت.

نکته

دقت داشته باشید، هر سایت یا اپلیکیشنی غالباً یک رنگ اصلی (primary) دارد که متناسب با رنگ هویت سازمانی (corporate Identity) و برندینگ (Branding) آن است.

این رنگ که اصطلاحاً رنگ مادر نامیده می‌شود باید در طراحی سایت استفاده شده و مبانی روان‌شناسی رنگ در آن به دقت مورد توجه قرار گیرد؛ به این معنا که انتخاب رنگ باید متناسب با مفاهیمی که منتقل می‌کند صورت گیرد. برای مثال رنگ سبز، رنگ مناسبی برای بانک، بیمه و منابع طبیعی است و رنگ آبی برای حوزهٔ ارتباطات مناسب است، چنانچه در بیشتر سایت‌های اجتماعی از رنگ آبی استفاده می‌شود. همچنین بهتر است برای طراحی سایت، رنگ‌های دیگری به‌عنوان رنگ دوم و سوم در نظر گرفته شود. بیشتر کردن تعداد رنگ می‌تواند برای کاربر گیج‌کننده باشد و در شناخت و تشخیص وی در ارتباط با هویت سایت مشکل ایجاد کند.

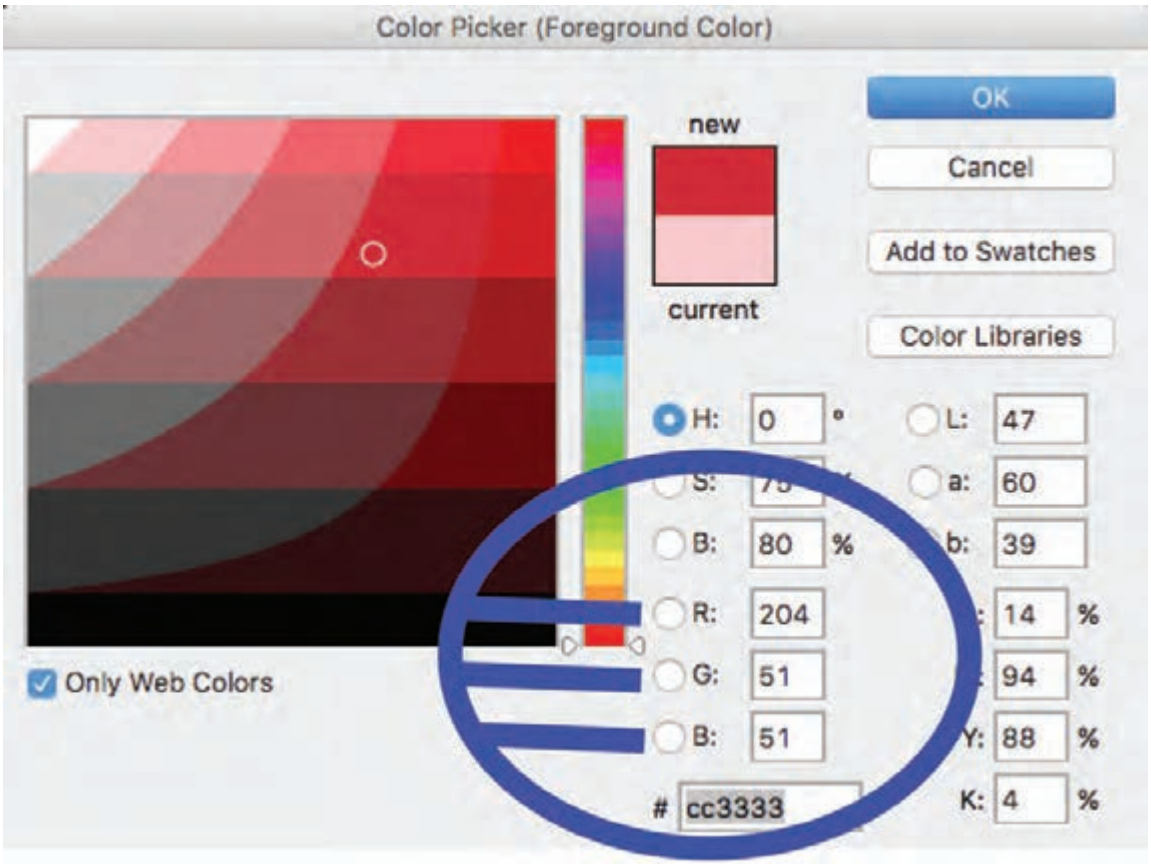
نکته

طبق استانداردهای جهانی وب، رنگ سفید و به طور کلی رنگ‌های بسیار روشن برای پس‌زمینهٔ سایت توصیه شده است؛ زیرا خوانایی متن را برای کاربر افزایش داده و اصطلاحاً به چشم، فضای تنفس می‌دهد.

یادآوری

رنگ‌های RGB

رنگ‌هایی که بر روی صفحهٔ نمایش وسایل الکترونیک دیده می‌شوند، از گروه رنگ‌های افزایشی (Additive Color) هستند که براساس درصد رنگی میان نورهای قرمز، سبز و آبی تشکیل می‌شوند. به این گروه رنگی، رنگ‌های RGB می‌گویند. این گروه رنگی در نرم‌افزارهایی مانند فتوشاپ، ایلاستریتور، اَفتر اِفکت (after Effect) و فلش (Flash) که تصاویر به‌صورت پیکسل است، دیده می‌شود.



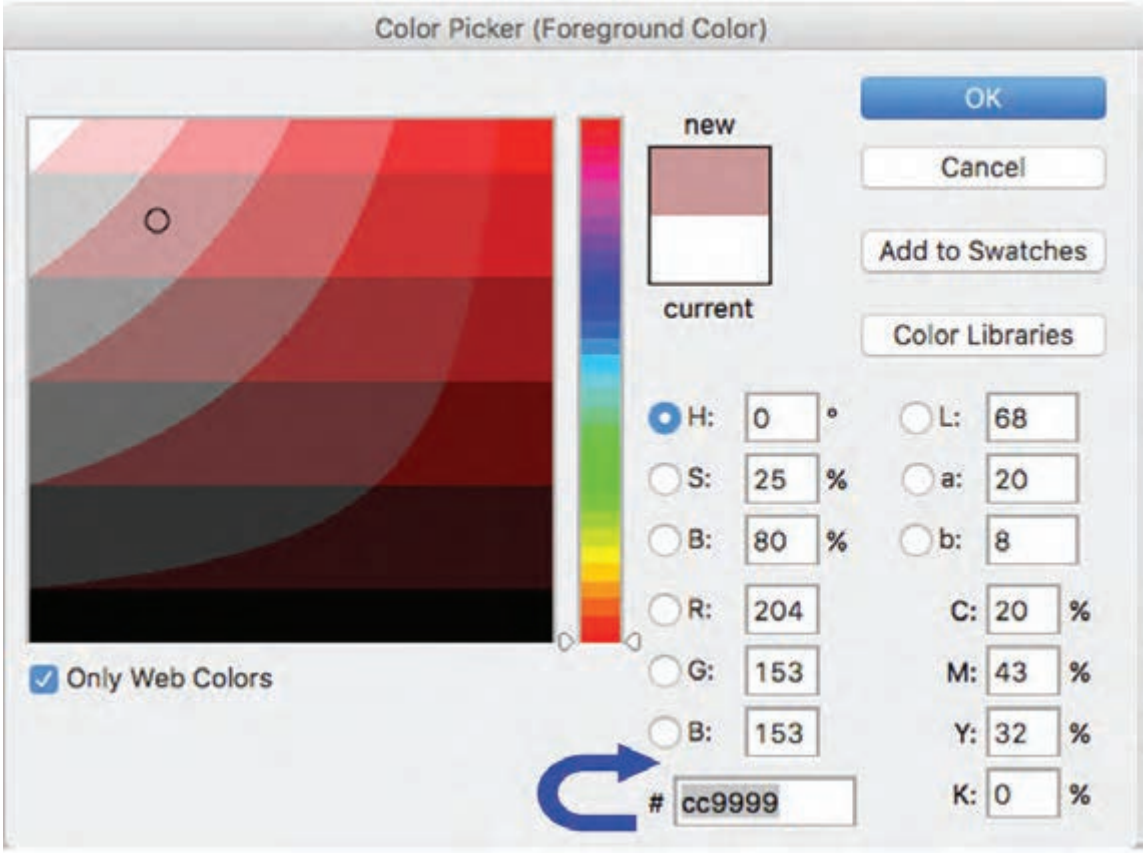
▲ تصویر ۱۹

۹ـ رنگ‌های هگز (Hex)

«هگزا دسیمال» (Hexa Decimal) یا اصطلاحاً هگز (Hex) واحد سنجش رنگ در وب است که توسط کدهای رنگی مشخص می‌شود. رنگ‌های «هگز» از ۶ عدد یا حرف تشکیل می‌شوند و با علامت # آغاز می‌شوند. هر جفت از این اعداد یا حروف، به ترتیب از چپ به راست نمایانگر میزان شدت رنگ (Intensity) قرمز، سبز و آبی می‌باشد.

ارزش درجهٔ رنگی در واحد «هگز» از «OO» که نمایندهٔ کمترین شدت رنگی است تا «FF» که نمایانگر بالاترین شدت رنگی است، دیده می‌شود؛ برای مثال رنگ سفید از ترکیب سه رنگ اصلی با بالاترین شدت خود به وجود می‌آید.

برعکس، رنگ سیاه از ترکیب این سه رنگ با پایین‌ترین درجهٔ خود، ساخته می‌شود.



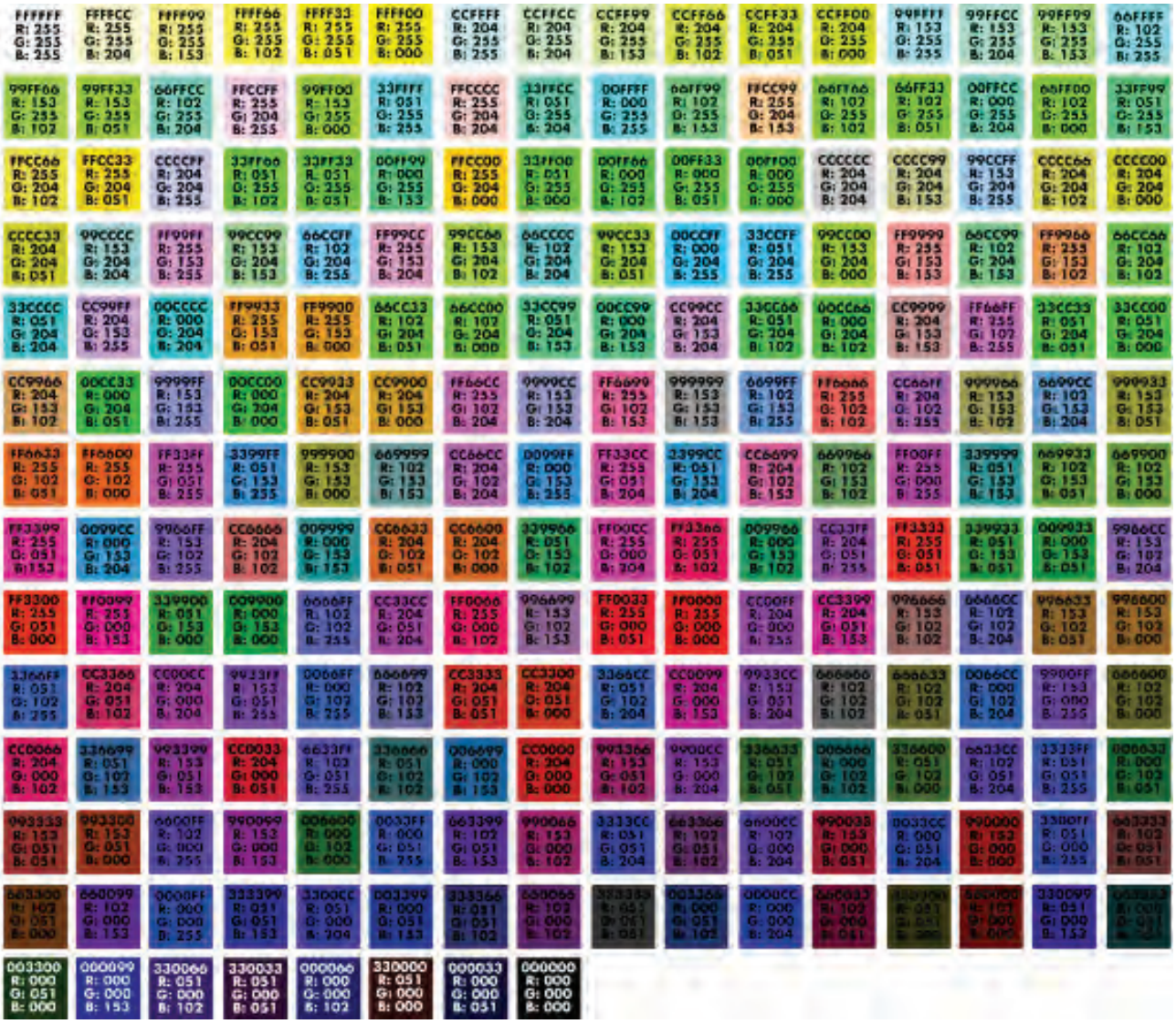
▲ تصویر ۲۰

# FF FF FF رنگ سفید	# OO OO OO رنگ سیاه	# XX XX XX کدهای رنگی هگز به ترتیب از چپ به راست قرمز، سبز، آبی

▲ تصویر۲۱- رنگ هگز که با حروف اعداد نمایش داده می‌شود.

۱۰ــ پالت رنگی وب

پالت رنگی وب مجموعاً دارای ۲۱۶ رنگ است. این‌ها رنگ‌هایی هستند که بر روی تمامی مرورگرها، قابلیت نمایش یکسانی دارند؛ به همین دلیل به آنها رنگ‌های اَمن‌وب (Web Safe Colors) می‌گویند. توصیه می‌شود رنگ انتخابی برای سایت خود را از میان پالت رنگ‌های اَمن‌وب انتخاب نمایید تا دچار ناهماهنگی رنگی در مرورگرهای مختلف نشوید زیرا ناهماهنگی رنگی، تأثیر منفی بر هویت‌سازی سایت دارد.



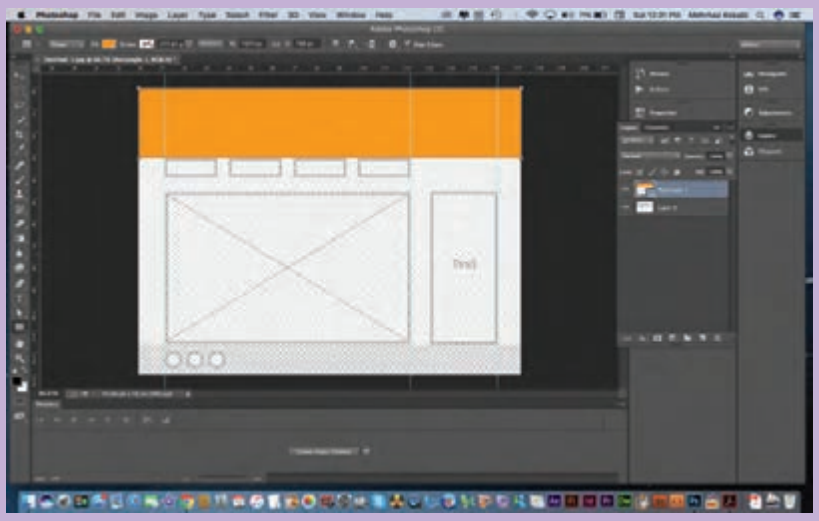
▲ تصویر۲۲-رنگ هگز که با حروف اعداد نمایش داده می‌شود.

۱۱ـ طراحی صفحهٔ وب توسط نرم‌افزار فتوشاپ

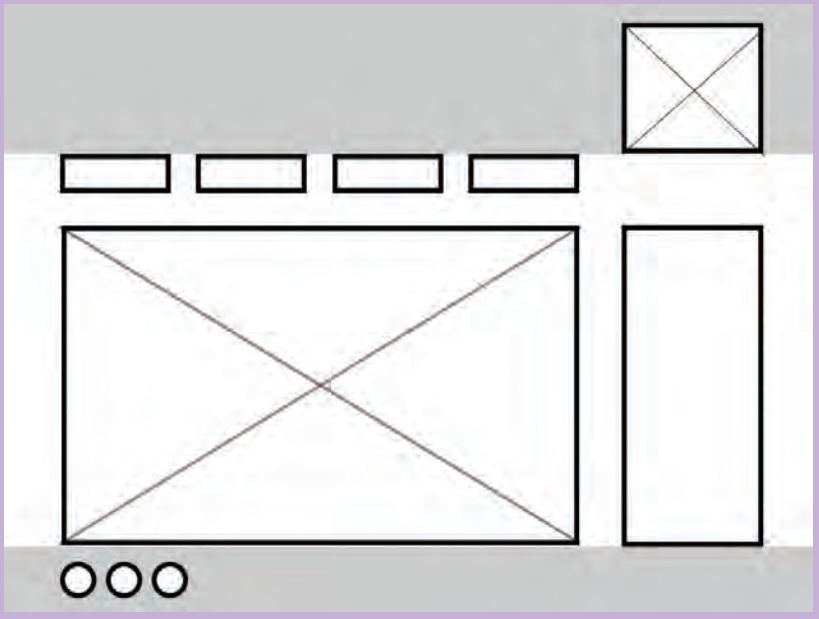
حال که با فرمت عناصر بصری، انتخاب رنگ و فونت مناسب و به‌طور کلی مبانی طراحی در فضای مجازی تا حدی آشنا شده‌اید، می‌توانید اولین صفحهٔ وب را در فتوشاپ ایجاد کنید.

فعالیت کارگاهی

۱ـ ابتدا به «وایرفریم» خود برگردید و آن را به عنوان یک لایه با وضوح (opacity) حدود ۱۰٪ تا ۲۰٪ در فتوشاپ باز کنید. این عمل کمک می‌کند که عناصر بصری را بدون خطا در جایگاه مناسب خود قرار دهید.

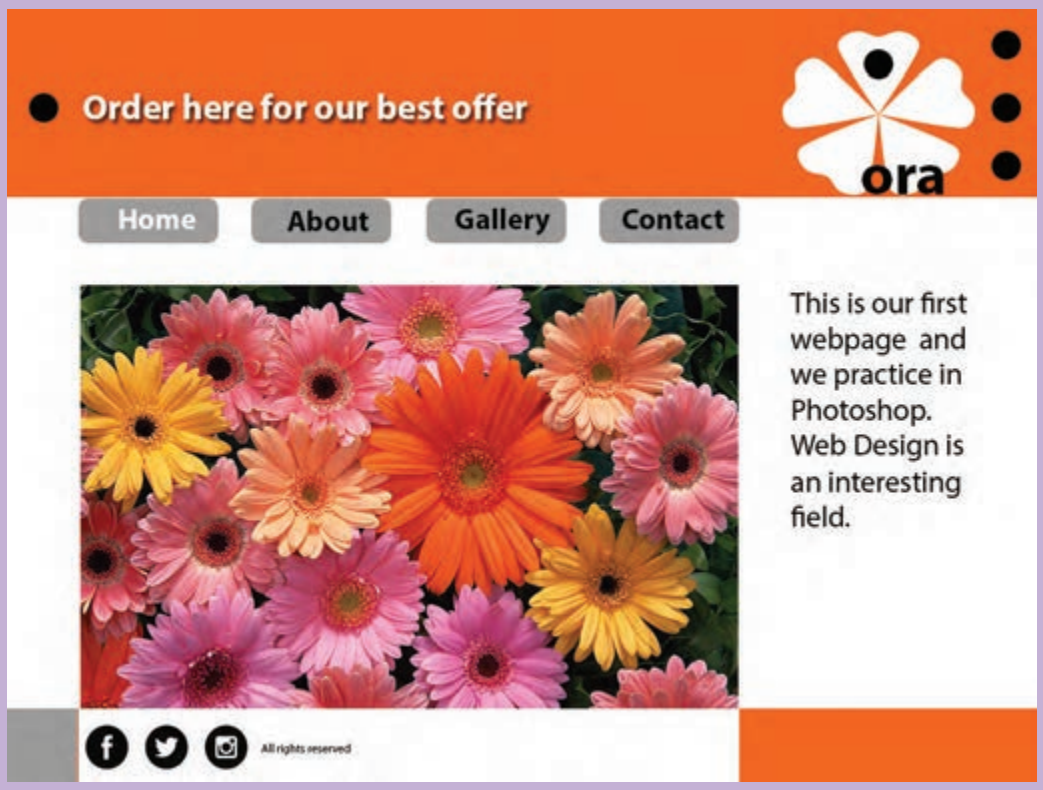


تصویر ۲۳



تصویر ۲۴

۲ـ در مرحلهٔ بعد، عناصر بصری انتخابی خود شامل لوگو (نشانه)، متن، تصویر، جدول، لینک یا دکمه‌های منو (Menu Button) را با فرمت مناسب وارد صفحه نمایید.



▲ تصویر۲۵

۳ـ در اینجا شما طراحی یک صفحه (Home page) یا صفحهٔ مادر را در «فتوشاپ» به انجام رسانده‌اید. صفحهٔ مادر یا صفحهٔ خانه (Home page)، صفحه‌ای است که تمام صفحات داخلی سایت به آن لینک متصل می‌شوند.

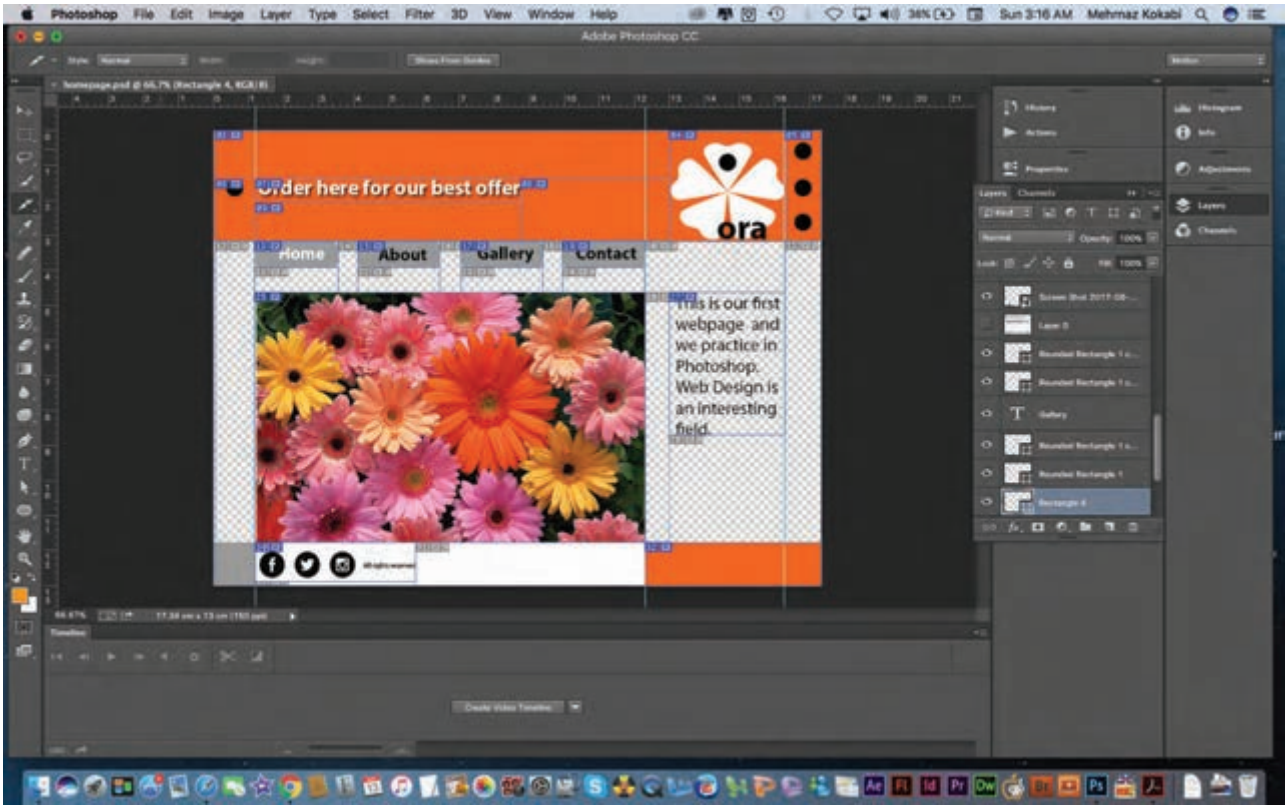
۴ـ مرحلهٔ بعدی کار شما، در ارتباط با بریدن قطعات صفحه و تبدیل آنها به HTML است. ما برای این کار از ابزار اِسلایس (Slice) استفاده می‌کنیم.

نکته

در زمانی که از ابزار اِسلایس (چاقو) برای تهیهٔ صفحهٔ وب استفاده می‌شود، صفحه، ساختاری مانند جدول پیدا می‌کند و هر قسمت بریده شدهٔ صفحه، تبدیل به یک خانه از آن جدول می‌گردد؛ بنابراین صفحه باید بسیار ساده و خلاصه باشد و از افزودن عناصر بصری بیهوده جداً پرهیز شود.

۱۲ـ مراحل اِسلایس کردن صفحهٔ وب

۱ـ در جعبهٔ ابزار فتوشاپ (Tool box)، اِسلایس (چاقو) را انتخاب کنید.
۲ـ در منوی view حتماً «اِسنپ» (snap) و سپس «Snap to Layers» را انتخاب کنید.
۳ـ حال تمام اجزای صفحه شامل Header و Body و Footer را با ابزار اِسلایس (چاقو) با دقت کامل دوربری کنید.



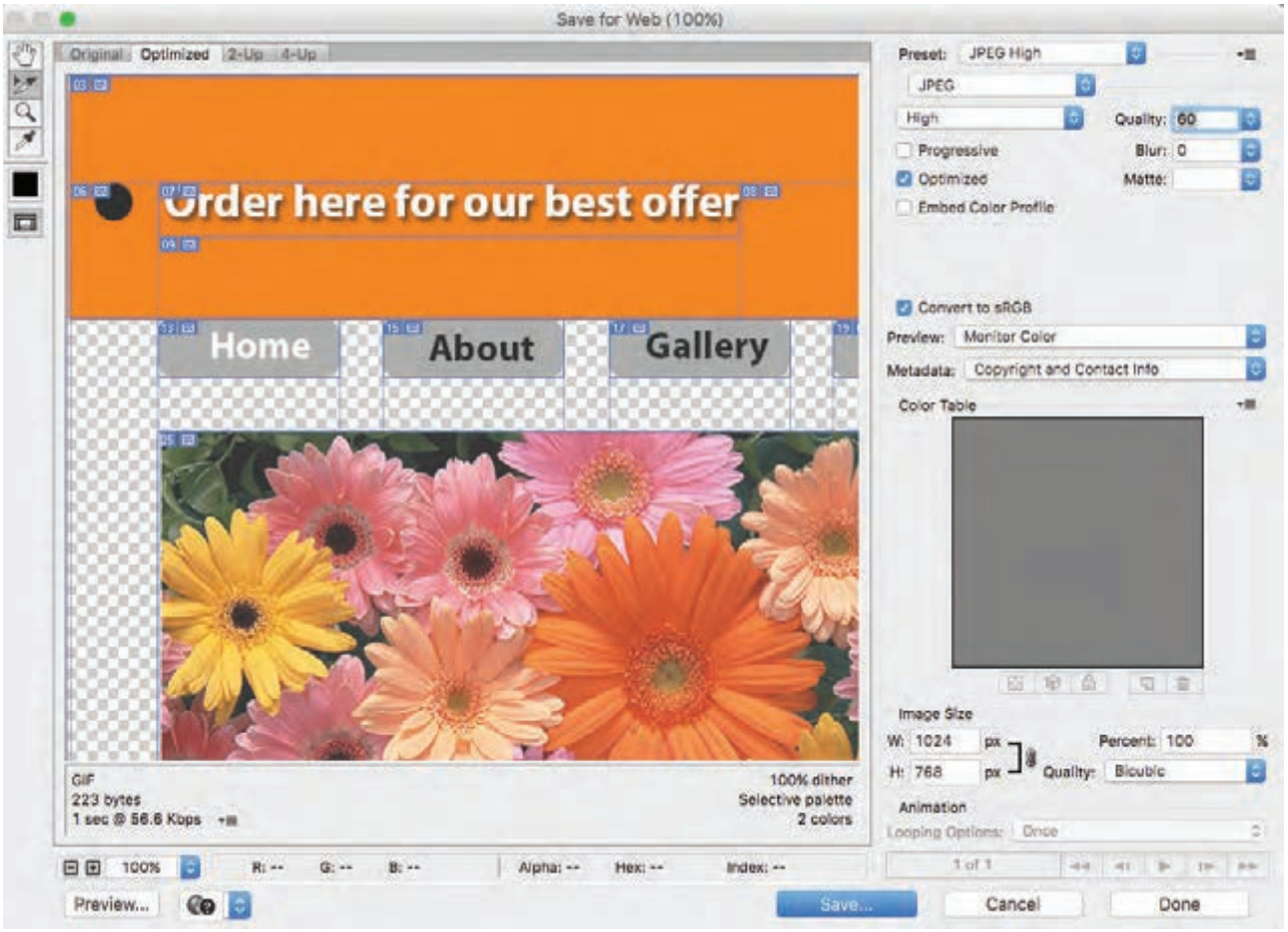
▲ تصویر ۲۶

۴ـ ذخیره کردن قطعات بریده شده و اکسپورت کردن آنها به فایل‌های HTML مرحلهٔ بعد را تشکیل می‌دهد که باید به این ترتیب انجام گیرد:

File → Save For Web

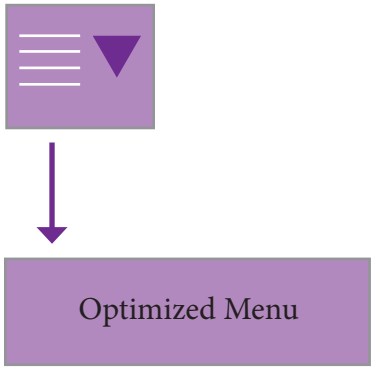
۵ـ در پنجرهٔ ذخیره‌سازی فایل، در بالای صفحهٔ سمت راست این‌گونه تغییرات را باید ایجاد نماییم:

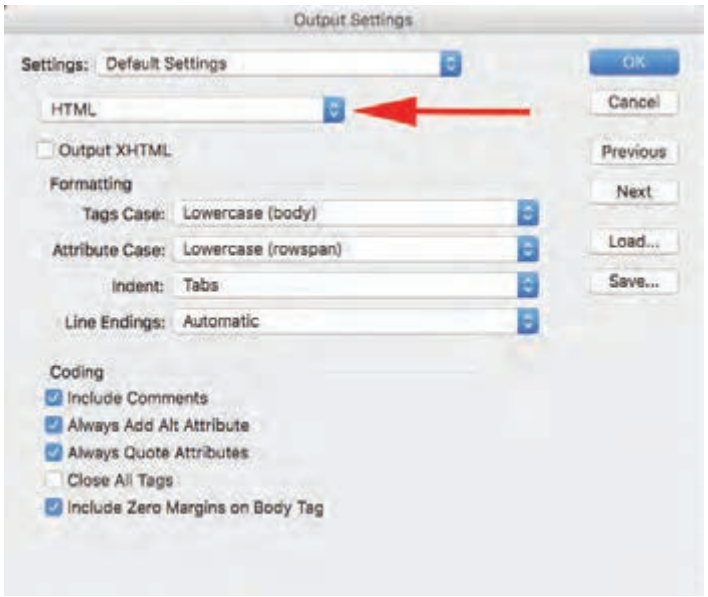
Preset → JPEG High



▲ تصویر۲۷

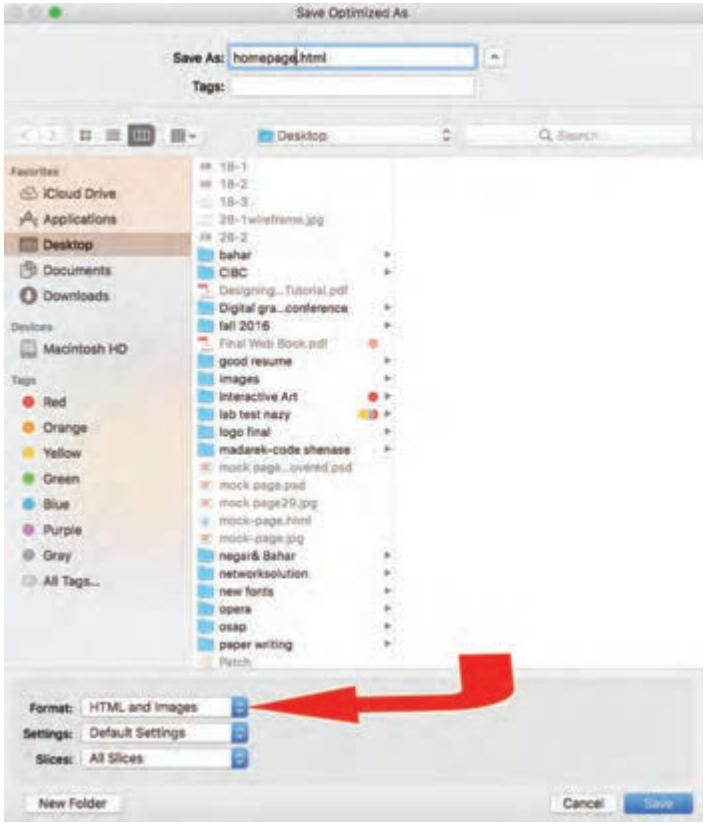
۶ـ مثلث کوچک گوشهٔ سمت راست را کلیک کرده و گزینهٔ Optimized Menu (اُپتی مایزومنو) را انتخاب کنید.





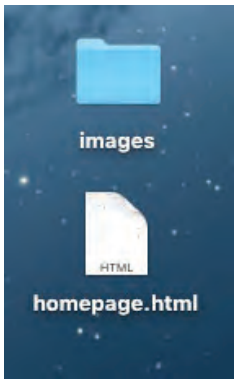
▲ تصویر ۲۸

۷ـ وقتی پنجرهٔ ذخیره‌سازی نهایی باز شد، دقت کنید که در پایین صفحه، حتماً فرمت HTML & Images را تغییر دهید و در نهایت فایل‌ها را در جای مناسب ذخیره کنید.



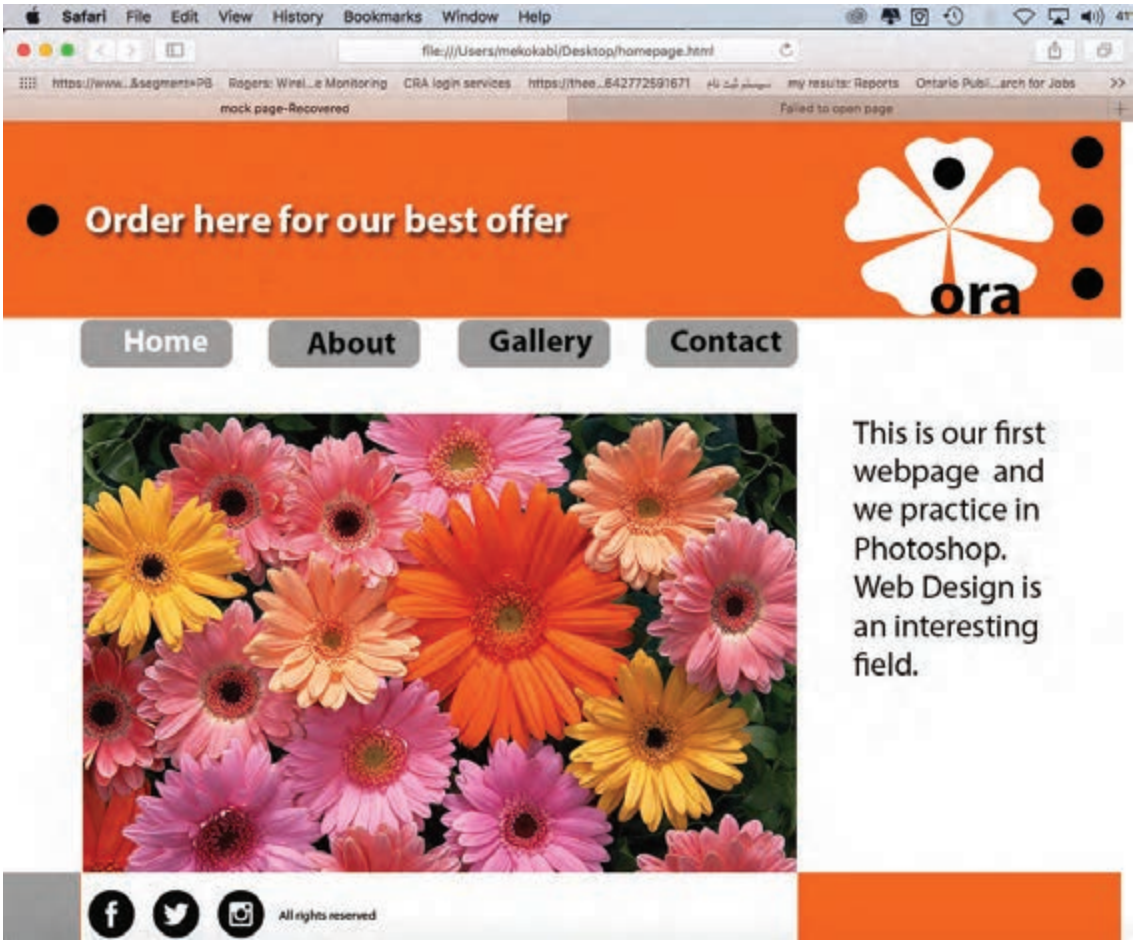
▲ تصویر ۲۹- فرمت تصویر را باید همانند تصویر مشخص کنید.

۸ـ فایل ذخیره شده به صورت یک صفحهٔ HTML ذخیره می‌گردد.



◀ تصویر ۳۰

۹ـ وقتی فایل HTML را باز می‌کنید صفحهٔ شما در مرورگر باز خواهد شد. در اینجا اولین صفحهٔ وب شما به صورت زنده و آنلاین بر روی مرورگر رایانه قابل ملاحظه است. در اینجا صفحهٔ وب بر روی مرورگر «سافاری» (Safari) دیده می‌شود.



▲ تصویر۳۱- صفحه HTML که در مرورگر سافاری باز شده است.

نکته

همان‌طور که قبلاً گفته شد، صفحهٔ بوجود آمده صفحهٔ (Home page) است. اگر بخواهید یک سایت را به طور کامل طراحی کنید، برای هر صفحه باید جداگانه مراحل یاد شده را از ابتدا تا انتها انجام دهید و سپس فایل‌ها را در یک پوشهٔ اصلی (root folder) ذخیره کنید.

تمرین

طراحی صفحات داخلی وب‌سایت

در اینجا با استفاده از «وایرفریم» و الگوبرداری از شیوهٔ طراحی صفحهٔ خانه (Home page)، صفحات داخلی سایت از جمله دربارهٔ ما، ارتباط کاری را طراحی کنید. (روش اجرایی کار دقیقاً همانند صفحهٔ خانه است و فقط محتوای صفحات داخلی متفاوت خواهد بود)..

راهنمایی

۱ـ بخش بالای صفحهٔ وب که شامل لوگو، منوی صفحه و شمارهٔ صفحه می‌باشد، عیناً کپی (Copy) و در صفحات دیگر Paste می‌شود. فقط هر صفحه را جداگانه در منو مشخص کنید.

۲ـ به گرید و صفحه‌آرایی صفحهٔ خود (Home page) دقت کنید و مطابق با آن، صفحات بعد را طراحی کنید.

۳ـ پالت رنگی را که برای صفحهٔ (Home page) انتخاب کرده‌اید در تمام صفحات داخلی نیز عیناً رعایت کنید.

پذیرش سفارش

■ هنرجویان در این فصل مهارت‌های زیر را کسب خواهند کرد:

۱ـ۳ـ هدف سایت؛

۲ـ۳ـ شناخت مخاطب هدف؛

۳ـ۳ـ شناخت رقبا و سایت‌های مشابه؛

تمرین: شناخت هدف، مخاطب و رقبای چند سایت موفق

۴ـ۳ـ تهیهٔ طرح اولیه (پروپوزال)؛

۵ـ۳ـ عقد قرارداد؛

۶ـ۳ـ ارائه طرح به مشتری و شروع مراحل اجرایی کار.

■ حال که طراحی و ساخت اولیهٔ یک صفحهٔ وب را فرا گرفته‌اید، برای پذیرش سفارش از مشتری آماده شده‌اید. لازم به یادآوری است که طراحی وب، فرایند بسیار گسترده‌ای بوده و از جمع‌آوری اطلاعات، طراحی و راه‌اندازی بر روی شبکه، بسیار فراتر است. طراحی وب، چندبعدی و چندرسانه‌ای است که از همکاری و تعامل میان هنر، تکنولوژی و فناوری اطلاعات در کنار یکدیگر تولید می‌شود.

۱ـ هدف سایت

هنگامی که از طرف مشتری، سفارشی به شما پیشنهاد می‌شود، شناخت شاخصه‌های اصلی طراحی وب الزامی است. این شاخصه‌ها همانند یک هرم است که در رأس آن، هدف سایت قرار می‌گیرد. منظور از هدف سایت، دریافتن دلیل و قصد تولید آن است. طراح باید برای همهٔ پرسش‌ها و سوالات پاسخ روشنی داشته باشد؛ از جمله اینکه این سایت چرا و با چه قصدی تولید شده است؟ آیا سایت، تجاری و جهت فروش کالا ایجاد شده است؟ آیا سایتی آموزشی است؟ مخاطبین سایت چه ویژگی‌های دارند؟ یافتن جواب پرسش‌هایی از این نوع، روشنگر هدف سایت و مسیر کار طراح بوده و نحوهٔ بیان بصری و کاربرد تکنولوژی لازم را روشن می‌کند.
در این مرحله، طراح موظف است خط مشی و نقطه نظرات سفارش‌دهنده (مشتری) را کاملاً رعایت نماید.

۲ـ شناخت مخاطب هدف

نکتهٔ دیگری که لازم است در مورد آن اطلاعات کاملی داشته باشید، شناخت مخاطب هدف است. مخاطبین فضای مجازی به طور کلی در دو گروه جای می‌گیرند:

۱ـ مخاطبین متخصص: مخاطبینی هستند که با فناوری و رایانه آشنا بوده و تخصص‌های لازم جهت کار با آن را دارند.

۲ـ مخاطبین غیرحرفه‌ای: مخاطبینی هستند که با فناوری وب غریبه بوده و برای اولین بار با سیستم، ارتباط برقرار می‌کنند. (کودکان و سالمندان غالباً در این گروه قرار می‌گیرند.)

این تقسیم‌بندی عامل مهمی برای طراح به منظور کاربری و «طراحی کاربر محور» (User Center Design) است. علاوه بر دسته‌بندی کلی بالا، می‌توان مخاطبین سایت را مطابق با شاخصه‌های دیگری، در گروه‌های فرعی کوچک‌تر قرار داد. مجموع این عوامل را شناخت «دموگرافی» (Demography) مخاطب می‌نامند که شامل گروه سنی، نژاد، مذهب، جنسیت، تحصیلات، موقعیت جغرافیایی، اقتصادی و ... می‌باشد.

۳ـ شناخت رقبا و سایت‌های مشابه

یکی دیگر از فاکتورهایی که طراح باید آن را مد نظر بگیرد، آشنایی با رقبا و سایت‌های مشابه است. این شناسایی کمک می‌کند که طراح با انتخاب بیانی خلاق و متفاوت و غیر تکراری نسبت به رقبا، تأثیر ویژهٔ خود را بر روی مخاطب هدف بگذارد و به این ترتیب سفارش‌دهنده را در ارائهٔ پیام به مخاطبین خود یاری کند.

فعالیت کارگاهی

چند سایت موفق را انتخاب کنید و سعی کنید هدف، مخاطب و رقبای آن را تشخیص دهید.

۴ــ تهیهٔ پروپوزال

هدف از تهیه پروپوزال (پیشنهاد کار) بیان ابعاد کمّی و کیفی پروژه، تکنولوژی کاربردی، زمان‌بندی و هزینهٔ طراحی و اجراست. برای تهیهٔ یک پیشنهاد باید کلیهٔ اطلاعات در مورد هدف، مخاطب، رقبا، سهم بازار (به معنای وضعیت و موقعیت تبلیغاتی) و همچنین زمان‌بندی اجرایی کار (طراحی و اجرا) را مشخص نموده و پس از تحلیل و نتیجه‌گیری از این داده‌ها، برای سفارش‌دهنده، یک طرح اولیه (پروپوزال) آماده می‌کنیم. در ارتباط با یافتن قیمت مناسب برای طراحی و اجرای یک پروژه، می‌توان به سایت «انجمن طراحان گرافیک ایران» مراجعه کرده و تعرفهٔ قیمت‌ها را رعایت نمود[۱].

۵ ــ عقد قرارداد

پس از توافق اولیه با مشتری، فرم قراردادی که نمایانگر تعهدات متقابل سفارش‌دهنده و سفارش‌گیرنده شامل مبلغ مورد توافق، زمان‌بندی پروژه و ... است، بین طراح و مشتری به امضا می‌رسد. این قرارداد طرفین را متعهد به پیروی از مفاد آن می‌کند. غالباً مبلغی به عنوان پیش‌پرداخت (تا حدود ۳۰٪ از کل هزینه) در زمان عقد قرارداد توسط سفارش‌دهنده به طراح پرداخت می‌شود. در تصویر شمارهٔ ۳۰ می‌توانید با یک نمونه از قراردادهای ارائه شده توسط «انجمن طراحان گرافیک ایران» آشنا شوید. (شما می‌توانید با توجه به این قرارداد، نمونهٔ ساده‌ای از آن را برای خود تهیه کنید.)

نکته

در نهایت توجه داشته باشید که رضایت مشتری بسیار مهم است. بنابراین تمام توان خود را در ارائهٔ کار هنرمندانه در زمان‌بندی مشخص به‌کار گیرید.

۱. آدرس سایت انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران: www.graphiciran.com . لازم به ذکر است که این قیمت‌ها برای طراحان حرفه‌ای و با سابقه می‌باشد. این تعرفه راهنمایی است جهت آشنایی با دستمزدهای طراحان باسابقهٔ وب و گرافیک که در آیندهٔ نزدیک شما هم عضوی از آن جامعه خواهید شد.

قرارداد

این قرارداد بین خانم/ آقای/ شرکت _____
به نشانی و تلفن _____
که در این قرارداد (کارفرما) نامیده می‌شود از یک‌سو و خانم/آقا _____
به شماره عضویت _____ انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران
به نشانی و تلفن _____
که در این قرارداد (طراح گرافیک) نامیده می‌شود از سوی دیگر به‌شرح مواد ذیل منعقد می‌گردد.

ماده ۱- موضوع قرارداد

_____

ماده ۲- مدت قرارداد و زمان‌بندی

مدت قرارداد از تاریخ _____ به مدت _____ روز می‌باشد که به‌شرح ذیل تفکیک می‌گردد:
- ارائه‌ی نمونه‌ی اولیه‌ی طراحی توسط طراح گرافیک، حداکثر تا پایان وقت اداری روز _____
- بررسی و اظهارنظر و تایید نمونه‌ی اولیه توسط کارفرما حداکثر تا پایان وقت اداری روز _____
- ارائه وتحویل نهایی موضوع قرارداد توسط طراح گرافیک، حداکثر تا پایان وقت اداری روز _____

چنانچه نظارت بر تکثیر و چاپ موضوع قرارداد به‌عهده‌ی طراح گرافیک باشد، خدمات مذکور در موضوع قرارداد به‌عنوان مرحله‌ی چهارم زمان‌بندی به‌مدت _____ روز، حداکثر تا پایان وقت اداری روز _____ قید و تایید می‌شود.

ماده ۳- مبلغ قرارداد و شیوه‌ی پرداخت

مبلغ قرارداد ــــــــــــــــــــ ریال و براساس قیمت‌های پیوست تعرفه‌ی رسمی انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران می‌باشد که در مراحل ذیل توسط کارفرما به طراح گرافیک پرداخت می‌گردد:

۵۰٪ مبلغ کل هم‌زمان با امضاء و مبادله‌ی قرارداد.

۳۰٪ مبلغ کل قرارداد پس از تایید نهایی طرح‌های اولیه موضوع قرارداد.

۲۰٪ مبلغ کل هم‌زمان با تحویل نهایی موضوع قرارداد.

ماده ۴- تعهدات کار فرما

٤- ۱- کارفرما متعهد می‌شود کلیه‌ی اطلاعات و مصالح لازم جهت آشنایی و انجام موضوع قرارداد را در اختیار طراح گرافیک قرار دهد.

٤-۲- چنانچه چند نمونه‌ی اولیه‌ی طراحی توسط طراح گرافیک جهت بررسی به کارفرما ارائه گردد، کارفرما پس از انتخاب نمونه‌ی اولیه‌ی مناسب، ملزم به بازگرداندن تمام نمونه‌های دیگر به طراح گرافیک بوده و هیچ‌گونه حق مالکیتی نسبت به سایر نمونه‌ها ندارد.

٤-۳- چنانچه بعد از تایید نمونه‌ی اولیه که به امضاء طرفین قرارداد رسیده است، کارفرما انجام تغییراتی را در نمونه‌ی اولیه درخواست نماید، ملزم به پرداخت هزینه‌های مترتب بر انجام تغییرات که توسط طراح گرافیک اعلام می‌گردد می‌باشد.

٤-٤- در صورتی که کارفرما در حین انجام کار، بدون اطلاع طراح، به صورت موازی، موضوع سفارش را به شخص یا اشخاص دیگری واگذار نماید، ویا پیش طرح های تایید نشده را با طراح دیگری در میان بگذارد،طراح مختار است در هر مرحله از قرارداد، آن را یک طرفه فسخ نماید. بدیهی است که به دلیل صرف وقت و هزینه توسط طراح، کارفرما ملزم به پرداخت حق‌الزحمه‌ی طراح تا آن مرحله خواهد بود.

٤-٥- چنانچه مسئولیت چاپ و تحویل نهایی کار بر عهده ی خود کارفرما باشد، کارفرمامتعهد می شود در هر مورد، حداقل پنج نمونه ی چاپی از موضوع قرارداد (اعم از کتب، نشریات، اوراق تبلیغاتی و ...) را به عنوان نمونه کار به طراح تحویل دهد.

٤-٦- چنانچه پس از تایید نمونه ی اولیه، کارفرما به هر دلیلی اعم از منتفی شدن موضوع سفارش یا دلایل شخصی دیگر، از ادامه کار منصرف گردد، کارفرما ملزم به پرداخت حق‌الزحمه‌ی طراح تا آن مرحله خواهد بود.

ماده ۵- تعهدات طراح گرافیک

۵-۱- طراح گرافیک موظف است اطلاعات ارائه شده توسط کارفرما را به‌دقت مطالعه و بررسی نماید تا در ارائه‌ی طرح‌های خود بتواند به‌درستی عمل کند.

۵-۲- طراح گرافیک متعهد است برای هر موضوع سفارش ـــــ نمونه طرح اولیه ارائه نماید تا کارفرما بتواند از میان آن‌ها بهترین را انتخاب کند.

۵-۳- طراح گرافیک متعهد است طرح اولیه انتخاب شده را با اصلاحاتی که با کارفرما به توافق می‌رسد به اتمام رسانده و طرح نهایی را تحویل دهد.

۵-۴- کلیه‌ی اطلاعاتی که توسط کارفرما در اختیار طراح گرافیک قرار می‌گیرد محرمانه است، طراح گرافیک موظف به حفظ و نگهداری اطلاعات داده شده بوده و حق انتقال به‌غیر را ندارد.

ماده ۶- کسورات قانونی

مبلغ مذکور در ماده‌ی ۳ قرارداد، مبلغ خالص دریافتی طراح گرافیک از کارفرما می‌باشد و پرداخت هرگونه کسورات قانونی مربوط به این قرارداد به‌عهده‌ی کارفرما است.

ماده ۷- تاخیرات

۷-۱- شروع زمان‌بندی اجرای قرارداد منوط به پرداخت پیش‌پرداخت از سوی کارفرما به طراح گرافیک و نیز تحویل اطلاعات و مدارک مورد نیاز جهت اجرای موضوع قرارداد می‌باشد. بدیهی است هرگونه تاخیر در موارد مذکور به‌همان میزان موجب تاخیر در زمان اجرای قرارداد توسط طراح گرافیک می‌گردد که به‌عنوان تاخیر طراح گرافیک محسوب نمی‌شود.

۷-۲- درصورت تاخیر طراح گرافیک در اجرای موضوع قرارداد به ازای هر روز تاخیر ـــــ ریال جریمه محاسبه شده و در مرحله‌ی سوم پرداخت کسر خواهد شد.

۷-۳- اگر در زمان تعیین شده در قرارداد، پیشنهادات طراح مورد قبول کارفرما قرار نگرفت، با توافق طرفین مدت قرارداد قابل تمدید است.

ماده ۸- حق امضاء

۸-۱- طراح گرافیک حق دارد طراحی و اجرای اثر خود را در محل مناسب به طریقی که به اصل طرح آسیب وارد نگردد امضاء نماید.

۸-۲- به‌کاربردن نشانی، تلفن و یا سایر اطلاعات توسط طراح گرافیک در کنار امضاء نیاز به تایید کارفرما در متن قرارداد دارد.

ماده ۹- فسخ قرارداد و حکمیت

در صورتی که هر یک از طرفین قرارداد به هر دلیل بخواهند قرارداد را فسخ کنند می‌بایست این موضوع را با ذکر دلایل خود کتبا به طرف دیگر اعلام نمایند.

حکمیت در خصوص برآورد زیان‌های ناشی از فسخ به‌عهده‌ی کارشناسان کمیته‌ی حل اختلافات انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران است و هر دو طرف قرارداد مکلف به پذیرش رای صادره می‌باشند.

ماده ۱۰- اجرای قرارداد

این قرارداد براساس ماده‌ی ۱۰قانون مدنی کشور جمهوری اسلامی ایران و اصل حاکمیت اراده در ۱۰ماده و در دونسخه تنظیم گردیده که پس از امضاء طرفین، هر دونسخه در حکم واحد بوده و طرفین قرارداد ملزم به رعایت کلیه‌ی مواد مذکور در آن می‌باشند.

نام و امضای کارفرما　　نام و امضای طراح گرافیک

▲ تصویر ۳۲

۶ـ ارائه طرح به مشتری و مراحل اجرایی کار

ارائهٔ طرح به مشتری غالباً طبق زمان‌بندی مورد توافق در قرارداد انجام می‌شود. زمانی که طراح، دیزاین یک وب‌سایت را سفارش می‌گیرد، باید پروژه را بر اساس یک پلان‌بندی دقیق راهبری نماید و طرح را طی چندین مرحله به مشتری ارائه دهد.

۱ـ فاز ۱ تهیهٔ «ماک‌آپ» (Mock up)

«ماکاپ» شبیه‌سازی کامل طرح اولیه است به‌کار نهایی و آنچه که در نهایت توسط کاربر بر روی شبکه دیده می‌شود؛ با این تفاوت که هیچ یک از عوامل تعاملی صفحه فعال نیستند و صفحه فقط جنبهٔ نمایشی دارد. برای مثال لینک‌ها و دکمه‌های منو فعال نبوده و همانند یک تصویر دو بعدی عمل می‌کنند.

نکته

در این مرحله «ماک‌آپ» فقط از صفحهٔ خانه (Home page) تهیه می‌شود؛ زیرا سایر صفحات وب‌سایت، پس از انتخاب صفحهٔ مادر به پیروی از آن به طور مشابه در نحوهٔ به‌کارگیری عوامل بصری طراحی می‌شوند. این همگونی و مشابهت که به آن کانسیستنسی (consistency) گفته می‌شود، شامل شباهت در پالت رنگی، گرید، تایپوگرافی و ... است، که موجب خلق یک یونیفورم مشترک میان صفحات می‌گردد. یکی از مهم‌ترین ارکان مبانی طراحی وب، هم‌خانواده کردن صفحات با یکدیگر است که باعث می‌شود کاربر احساس کند صفحات یک سایت، پیوندی همانند والدین و فرزند دارند. اصطلاح والدین (parent) و فرزند (child) در وب و کدنویسی رایج بوده و نمایانگر ارتباط و پیروی اجزای کوچک‌تر از اجزای بزرگ‌تر و یا صفحات داخلی از صفحهٔ اصلی است.

برای اینکه سفارش‌دهنده حق انتخاب بیشتری داشته باشد، حداقل ۳ و حداکثر ۵ «ماک‌آپ» با طرح و نقوش متفاوت تهیه کنید. دقت داشته باشید که ارائهٔ طرح در تعداد زیاد باعث سردرگمی و گیجی مشتری شده و انتخاب را برای او دشوار می‌کند.

۱ـ توضیح نوشتاری طرح

در زمان ارائهٔ هر طرح، بهتر است یک صفحهٔ مکتوب شامل توضیح کامل طرح و علت انتخاب عناصر بصری کاربردی را ارائه کنید. از آنجا که کارهای مشتری با طرح برخورد می‌نماید و علت رد یا قبول طرح را به طور اصولی مشخص نمی‌کند، ارائه صفحهٔ توضیحی به مشتری آگاهی بیشتری می‌دهد و او را در انتخاب اثر مورد نظر یاری نموده و از این طریق، امکان رد یا قبول بدون استدلال طرح تا حد زیادی از بین می‌رود.

۲ـ مرحلهٔ دوم: «ماک‌آپ» صفحات داخلی

پس از ارائهٔ طرح مرحلهٔ یک به مشتری و اصلاح طرح بر اساس نقطه نظرات او، صفحات داخلی را هماهنگ با طرح تأیید شده، طراحی و «ماک‌آپ» مرحلهٔ دوم تهیه می‌شود.

نکته

هر طرح را به‌طور جداگانه بر روی کاغذ مناسب با کیفیت بالا پرینت گرفته و مرحلهٔ دوم «ماک‌آپ» را به مشتری ارائه می‌دهیم.

۳ـ مرحلهٔ سوم: اجرای نهایی

در این مرحله طرح‌های فاز دوم را در صورت نیاز و بر اساس نقطه نظرات مشتری و اصول علمی طراحی وب اصلاح کرده و سپس وارد مرحلهٔ اجرای نهایی می‌شویم.

۴ـ مرحلهٔ چهارم: تست و آزمایش

پس از اجرای نهایی، صفحات باید مورد آزمایش قرار گیرند (به‌خصوص در زمینهٔ عوامل تعاملی صفحه، همانند لینک‌ها و دکمه‌های منو و ارتباط صفحات با یکدیگر و با صفحهٔ مادر) و در صورت وجود هر مشکلی، رفع نقص گردد.

۵ـ مرحلهٔ پنجم: انتقال بر روی شبکه

انتقال و جای گیری طرح در فضای میزبان (Hosting) و راه‌اندازی بر روی شبکه، بخش پایانی پروژه محسوب می‌شود.

در این مرحله و پس از اتمام کار، تسویه حساب و درخواست مابقی دستمزد از مشتری انجام می‌شود.

ارزشیابی شایستگی طراحی صفحات وب

شرح کار:

طراحی صفحه اصلی برای سایت به منظور بارگذاری به صورت آنلاین با رعایت اصول فنی طراحی وب سایت

استاندارد عملکرد:

اجرای طرح در نرم افزار HTML 5 یا نرم افزارهای کدنویسی برای وب و همچنین آپلود وب سایت در فضای مجازی اینترنت

شاخص ها:

۱- شناخت نرم‌افزارهای مرتبط

۲- شناخت سواد بصری و رنگ شناسی (RGB)

۳- آشنایی با صفحه‌آرایی

۴- مهارت در انتقال طرح به رایانه و اجرای طرح مورد نظر

۵- ارائه طرح به صورت پرینت یا CD با توجه به فرمت نهایی

شرایط انجام کار و ابزار و تجهیزات:

زمان : ۷۵ دقیقه

مکان: سایت گرافیک

ابزار و تجهیزات:قلم و کاغذ ، رایانه و نرم‌افزارهای گرافیکی و اینترنت

ابزار و تجهیزات مورد نیاز انجام کار:

۱- مداد، کاغذ، پاک‌کن، قلم، رنگ

۲- رایانه و نرم‌افزارهای مرتبط

۳- اسکنر، پرینتر

۴- میزکار و صندلی مناسب

معیار شایستگی:

ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	پذیرش سفارش	۱	
۲	آماده سازی و مقدمات پروژه	۱	
۳	طراحی اتود های اولیه	۲	
۴	ارائه طرح به مشتری	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرش: مدیریت منابع، صرفه‌جویی، تفکیک ضایعات، استفاده از ابزار و وسایل ایمن شایستگی های تفکر، داشتن درک درستی از سیستم سازمانی	۲	
	میانگین نمرات		*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می باشد.

پودمان ۲

نرم‌افزار صفحه آرایی (این دیزاین)

با توجه به تغییرات فناوری و تأثیر آنها در اجرای صفحه‌آرایی کتاب‌ها و سایر نشریات، کار در محیط نرم‌افزارهای مرتبط از مهارت‌های مهم در رشته فتو ـ گرافیک است. در راستای این هدف، هنرجویان رشته فتو ـ گرافیک، باید به آموزش و کسب تجربه در این حوزه کاری بپردازند.

واحد یادگیری ۱

نرم افزار صفحه آرایی (این دیزاین)

کاربرد نرم‌افزار این‌دیزاین در نشر و مطبوعات

■ هنرجویان در این پودمان مهارت‌های زیر را کسب خواهند کرد:

- اجرای صفحات کتاب در برنامه این‌دیزاین
- گرفتن خروجی و تحویل کار برای چاپ

استاندارد عملکرد

■ اجرای صفحه‌بندی با توجه به ماکت طراحی شده و بر اساس استانداردهای نرم‌افزار(ID)

مقدمه

این دیزاین یک نرم افزار برداری (Vector) پرکاربرد برای صفحه آرایی است که به کمک آن طراح توانایی طراحی و اجرای لی اوت صفحات کتاب، روزنامه، بروشور، کاتالوگ، مجلات و انواع پوستر را دارد.
این نرم افزار با فراهم نمودن تمامی امکانات جهت انتقال متون از سایر نرم افزارهای واژه پرداز همچون Word به محیط نرم افزار و ویرایش آنها، فراخوانی تصاویر، ابزار و امکانات رسم و افزودن طرح های پیش ساخته، ابزار ایجاد جدول و ... نیاز طراح را به عنوان یک صفحه آرا در نهایی کردن فایل برآورده خواهد کرد.

▲ تصویر۱

▲ تصویر۲

▲ تصویر۳

توجه

این نرم‌افزار در اکثر اوقات به‌عنوان برنامه تکمیلی همراه با فتوشاپ یا کورل دراو مورد استفاده قرار می‌گیرد.

باز و بسته کردن نرم‌افزار

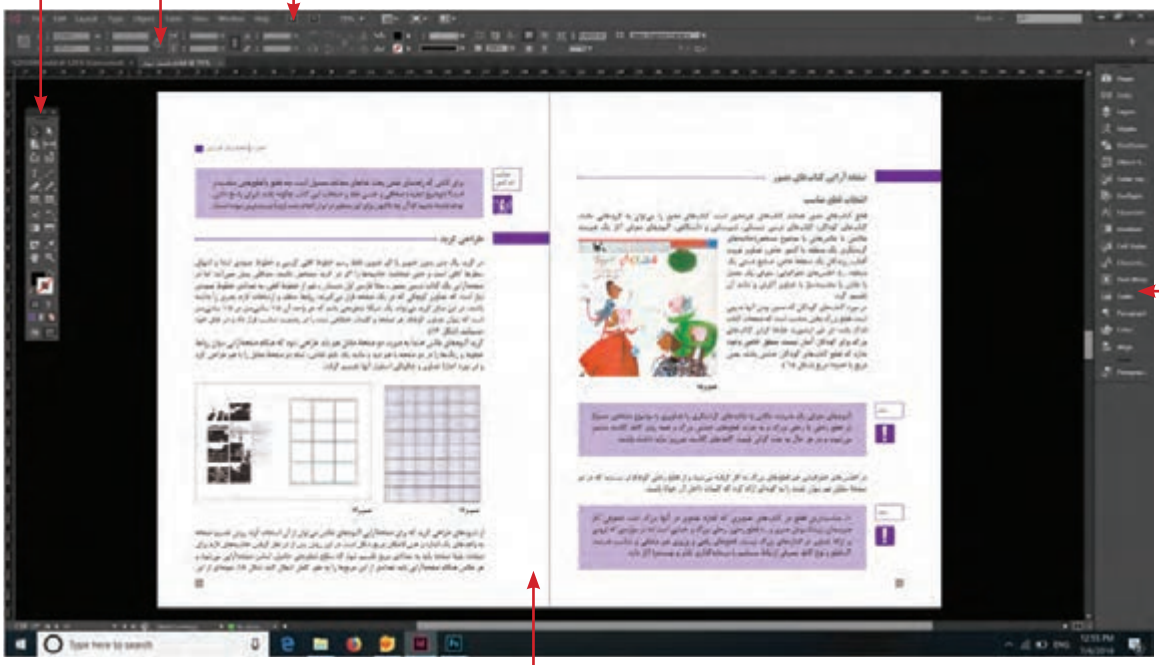
بر روی دکمه Start که در نوار پایین صفحهٔ ویندوز قرار دارد کلیک کرده و از آنجا برنامه Adobe Indesign را انتخاب و اجرا می‌کنید و برای بستن برنامه از منوی File، گزینه Exit را کلیک کنید.

◄ تصویر۴

توجه

برای بستن برنامه می‌توان روی علامت x بالای صفحه نیز کلیک کرد.

آشنایی با محیط نرم‌افزار

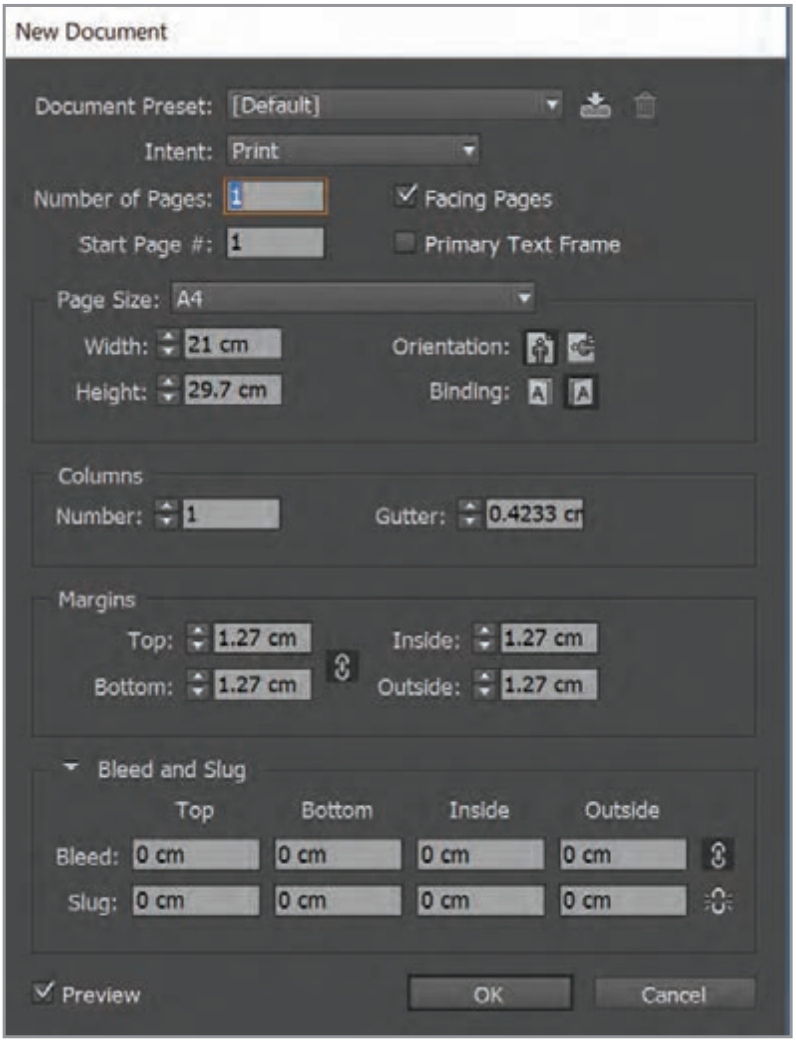


▲ تصویر۵

باز کردن صفحه کار جدید (New Document)

گزینه New را از منوی File انتخاب و روی Document کلیک کنید. پنجره ای به نام New Document باز می‌شود که شامل موارد زیر است.

▲ تصویر ۶



▲ تصویر ۷

۱-Print ← Intent
← Web

چنانچه فایل را برای چاپ آماده سازی می کنید از گزینه Print و چنانچه برای ارسال در فضای اینترنت آماده سازی می کنید، گزینه Web را انتخاب کنید.

۲- Number of Page ← تعداد صفحات سند

۳- Start Page ← شروع شماره گذاری صفحات

۴- Facing Page ← نمایش صفحات سند به صورت صفحات روبرو

۵- Page Size ← تعیین سایز سند

۶- Width ← پهنا

۷- Height ← ارتفاع

۸- Orientation ← جهت قرارگیری کاغذ به صورت عمودی و افقی

۹- Binding ← از راست یا چپ شروع شدن سند برای صفحه آرایی فارسی یا لاتین

۱۰- Column ← ستون ها

Number ← تعداد ستون ها

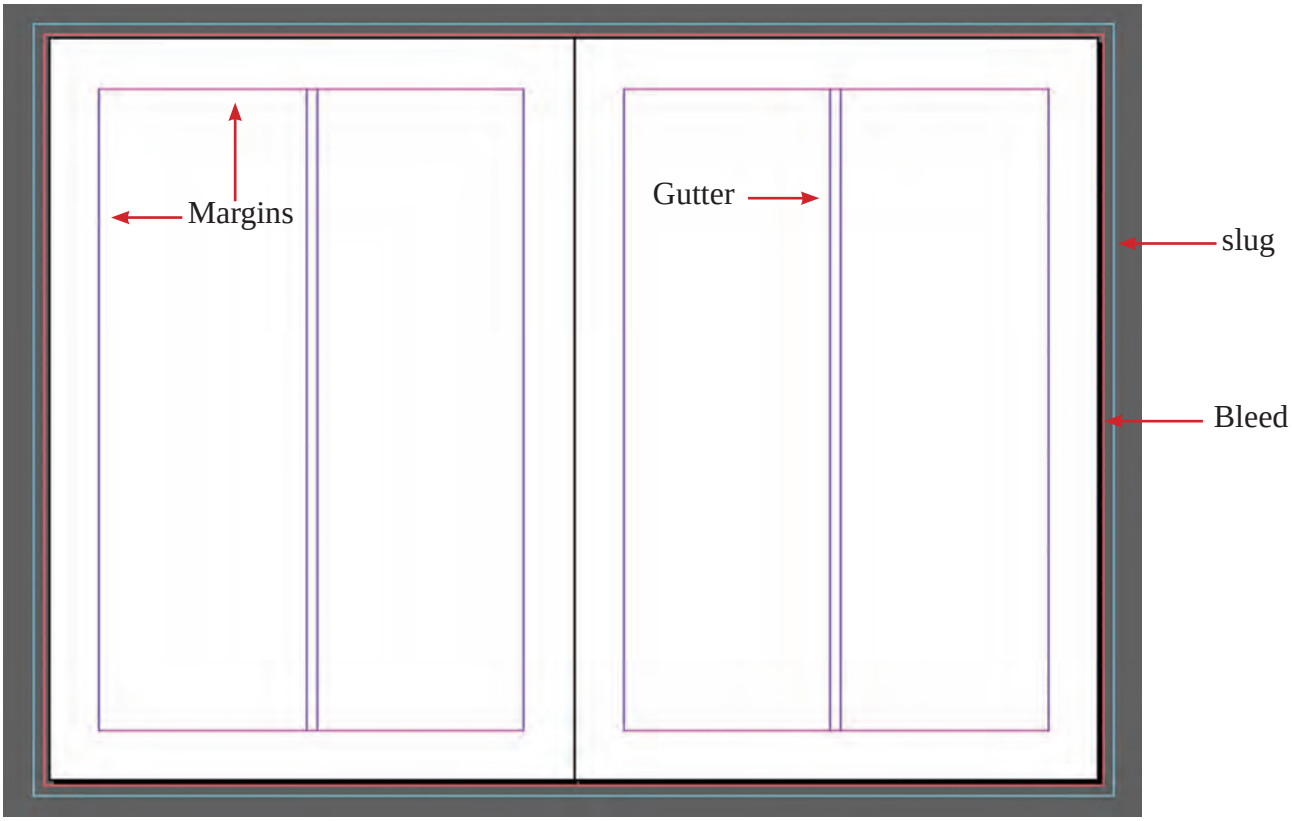
Gutter ← فاصله بین ستون ها

۱۱- Margins ← تنظیم حاشیه ها

۱۲- Bleed ← فضایی خارج از صفحه می باشد که محدوده برش را ایجاد می کند و برای سفیدی نزدن کنار عکس هایی که تا لبه کار امتداد یافته اند کاربرد دارد.

۱۳- Slug ← فضایی خارج از Bleed که برای گذاشتن مواردی همچون رجیستر مارک ها[1] و کالر بار[2] و توضیحات چاپی و گذاشتن خطوط تا و برش استفاده می شود. این قسمت پس از برش دور ریخته می شود.

1. Register Mark
2. Color bar



▲ تصویر ۸

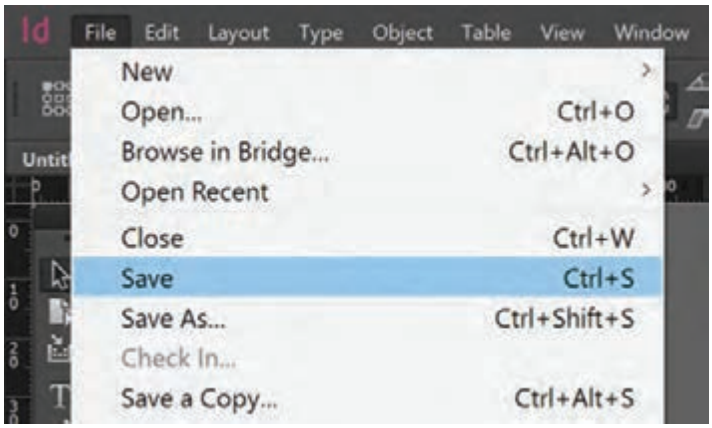
فعالیت کارگاهی

به انتخاب خود دو صفحه روبروی هم از یک مجله را اندازه گیری کنید و سند خود را متناسب با آن آماده سازی کنید.

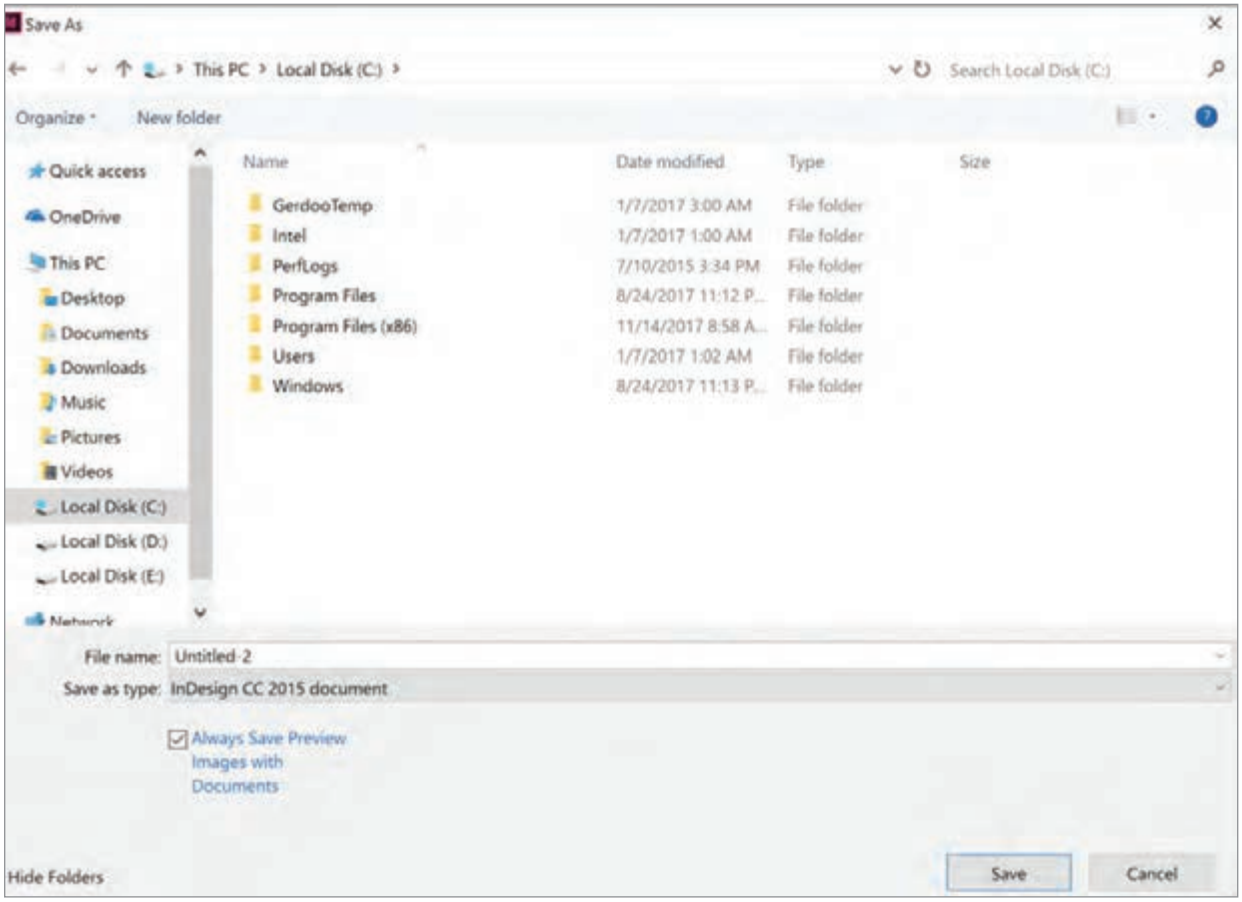
فرمت ذخیره سازی فایل

برای اینکه بتوانید سندی را که بر روی آن کار کرده‌اید را در کامپیوتر خود ذخیره کنید از منوی File گزینه Save را انتخاب کنید. پنجره‌ای بر روی صفحه ظاهر می‌شود. در قسمت File Name نام فایل خود را بنویسید.

دقت کنید در قسمت Save as Type پسوند .indd که همان پسوند مناسب برای ذخیره فایل های این دیزاینی است انتخاب شده باشد. سپس در پایین پنجره، گزینه Save را کلیک کنید.



◀ تصویر۹

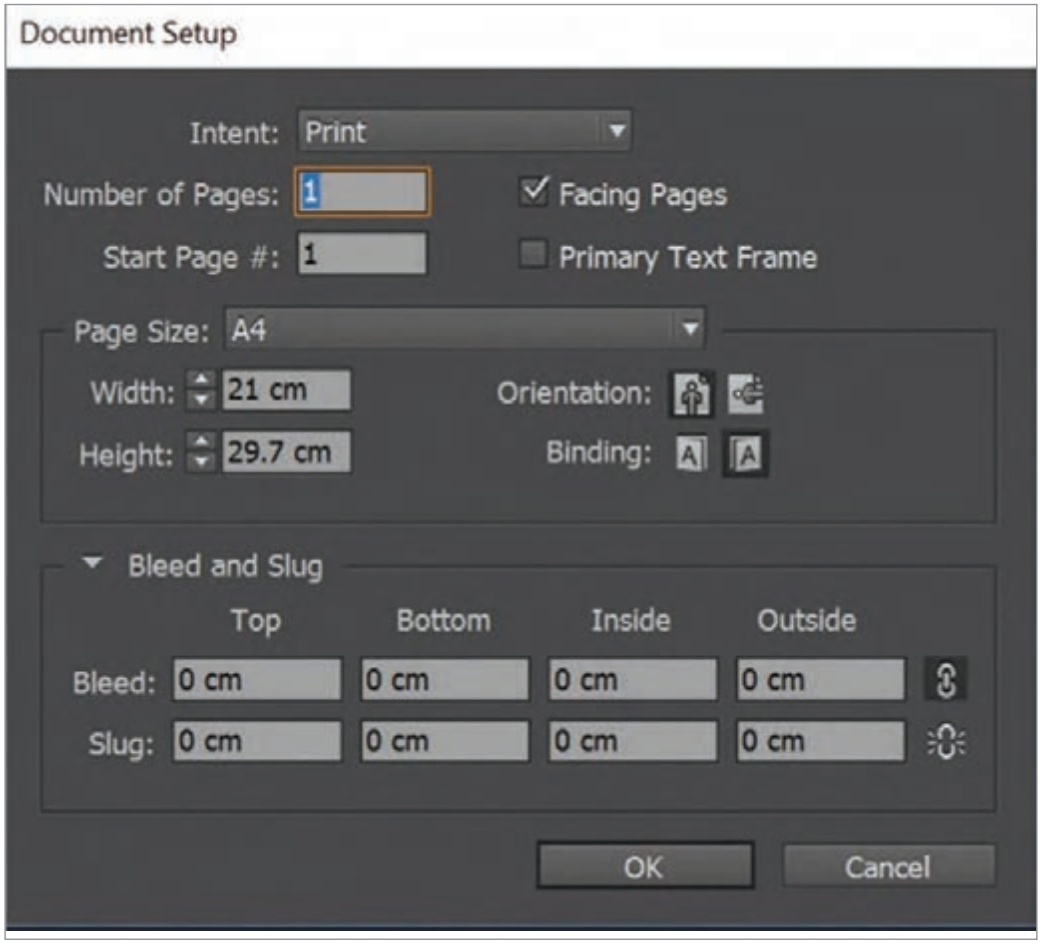


▲ تصویر۱۰

فعالیت کارگاهی

همهٔ فعالیت‌هایی را که در صفحات قبل انجام داده اید را با نامی مناسب در یک پوشه با نام خودتان ذخیره کنید.

بعد از ایجاد فایل جدید می توانید، اندازه و ابعاد کاغذ و همچنین جهت صفحه را مجدداً تغییر دهید. برای این کار از منوی File گزینه document setup را انتخاب کنید تا پنجره تنظیمات آن ظاهر شود. از طریق گزینه عرض width و ارتفاع heigh و جهت orientation می توان (جهت عمودی- افقی) را تغییر داد.



▲ تصویر۱۱

فعالیت کارگاهی

- یک فایل به ابعاد ۲۰ در ۲۰ سانتی متر ایجاد کنید. اندازه حاشیه(margin) را از بالا ۲سانتی متر، از پایین ۱/۵ سانتی متر ، از چپ ۲ سانتی متر ، از راست ۱/۵ سانتی متر، تعداد ستون ها ۳ ستونی و فاصله بین ستون ها را ۰/۵ سانتی متر تعیین کنید.
- سند مورد نظر را ذخیره کنید.
- سپس سند را باز کرده و ابعاد آن را به ۲۱/۷ X ۲۰ تغییر دهید.
- از سند یک save as گرفته و با نام جدید ذخیره نمایید.

کار با خط کش ها

از طریق منوی View گزینه Show Rulers و یا Hide Rulers را انتخاب کنید. روی محل تقاطع دو خط کش رفته کلید موس را پایین نگه داشته و به محل دلخواه می‌کشید. صفر، به محل جدید منتقل می شود.

برای نمایش خط راهنما، با ابزار انتخاب یا selection tool روی خط کش رفته درحالتی که کلید موس را پایین نگه داشته اید، خط را به داخل صفحه بکشید.

نکته

برای صرفه جویی در وقت، می توانید از کلیدهای میانبر برای اعمال فرمان ها استفاده کنید.

Ctrl + N ← باز کردن سند جدید

Ctrl + O ← باز کردن فایل

Ctrl + R ← نمایش و عدم نمایش خط کش ها

Ctrl + W ← بستن سند

Ctrl + Z ← حرکت را به عقب بر می‌گرداند

جعبه ابزار (Tool Box)

A ابزارهای انتخاب

- ابزار انتخاب
- ابزار انتخاب مستقیم
- ابزارصفحه
- ابزارشکاف
- ابزار انتخاب محتوا
- ابزارجای گذاری محتوا

B ابزارهای ترسیم و متن

- ابزار متن
- ابزار متن روی مسیر
- ابزار متن
- ابزار متن روی مسیر
- ابزار ترسیم خط
- ابزارقلم
- ابزار اضافه کردن نقطه
- ابزارکم کردن نقطه
- ابزارجهت نقطه
- ابزارمداد
- ابزارنرم کننده
- ابزارپاک کن
- ابزار کادر مستطیل
- ابزار کادربیضی
- ابزار کادر چند ضلعی
- ابزار مستطیل
- ابزار بیضی
- ابزار چند ضلعی

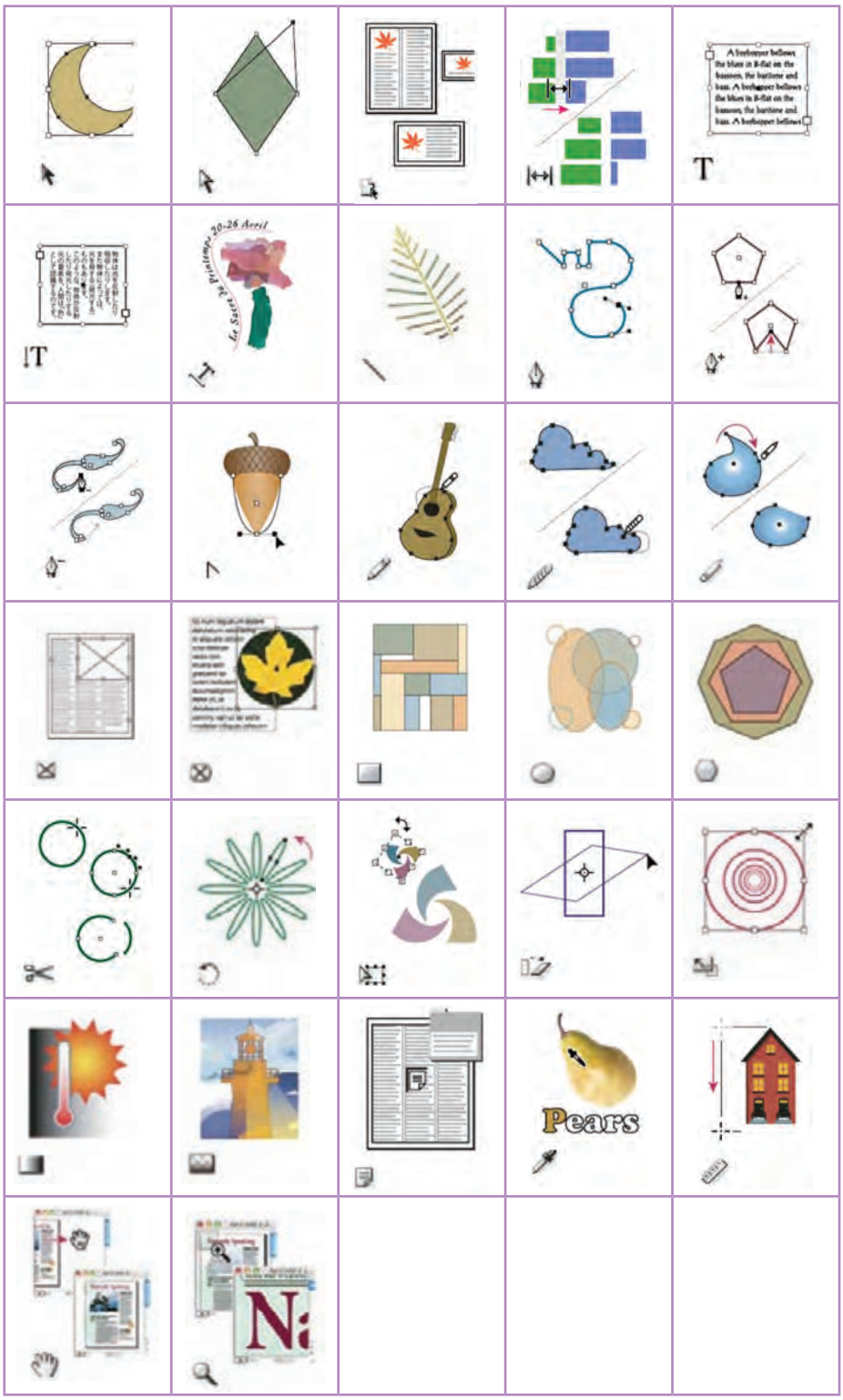
C ابزارهای چرخش

- ابزار قیچی
- ابزارتغییر شکل آزاد
- ابزار چرخش
- ابزار تغییر اندازه
- ابزار تغییر شکل
- ابزار شیب رنگ
- ابزار محو شیب رنگ

D ابزارهای تغییر و اصلاح

- ابزار یادداشت
- ابزار قطره چکان انتخاب رنگ
- ابزار خط کش
- ابزار قطره چکان
- ابزار دست
- ابزار بزرگنمایی

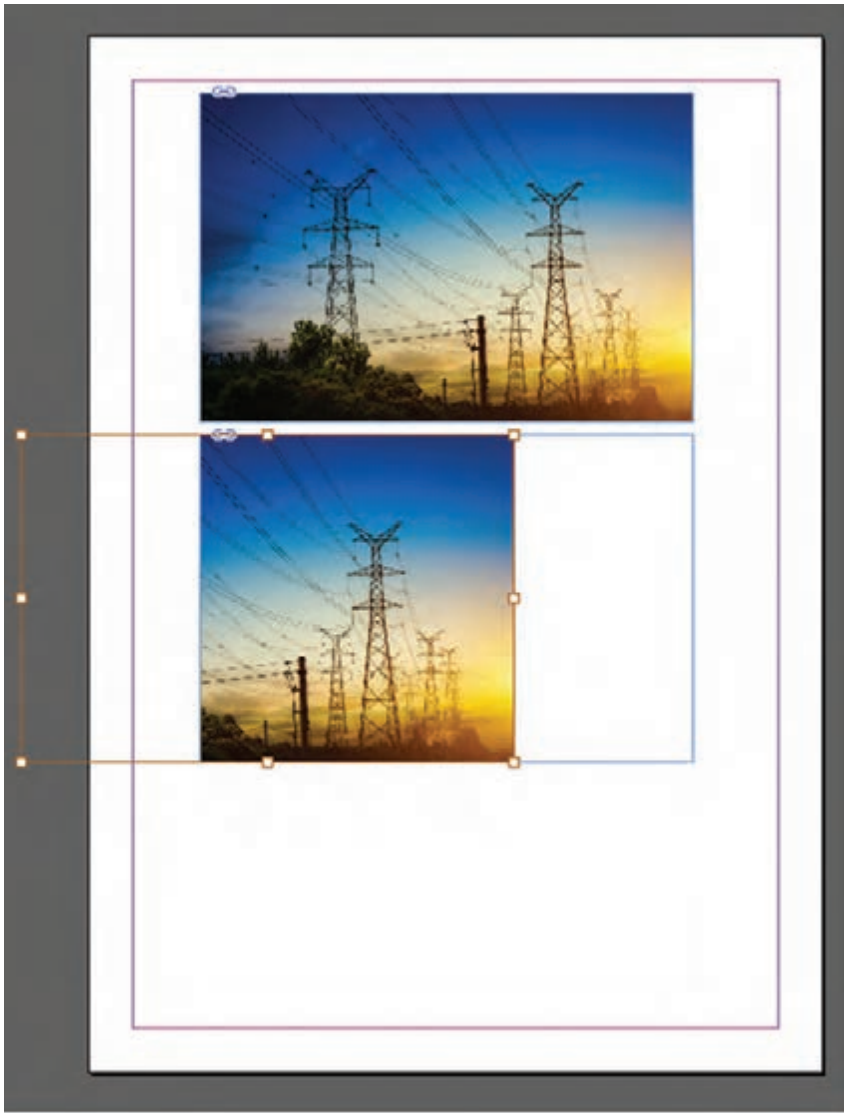
▲ تصویر ۱۲



▲ تصویر ۱۳- نمایش کاربرد ابزار

ابزارهای انتخاب

هر دو ابزار Selection و Direct Selection ، برای انتخاب و حرکت دادن اشکال و تصاویر استفاده می شوند، با این تفاوت که ابزار Selection برای جابه جایی، کوچک و بزرگ کردن، چرخاندن یا حذف اشکال و تصاویر مورد استفاده قرار می گیرد و ابزار Direct Selection قابلیت حرکت دادن تصویر، در داخل قاب اطرافش را دارد و همچنین به وسیله این ابزار می توان گره های اشکال ترسیم شده را (که در صفحات بعدی با آن آشنا می شوید) ویرایش نمود.



▲ تصویر۱۴-تغییرات پس از استفاده از ابزار **Direct Selection**

اگر بخواهید به وسیلهٔ ابزار selection تصویری را بچرخانید کافی است به گوشه‌های قاب دور تصویر نزدیک شده تا selection tool به شکل ↻ تبدیل شود . در این حالت می توانید تصویر مورد نظر را به هر میزان که بخواهید بچرخانید.

▲ تصویر ۱۵

▲ تصویر ۱۶

نکته

برای وارد کردن تصویر به فضای این دیزاین از منوی File گزینه Place را انتخاب کرده یا کلید میانبر Ctrl + D را بزنید.

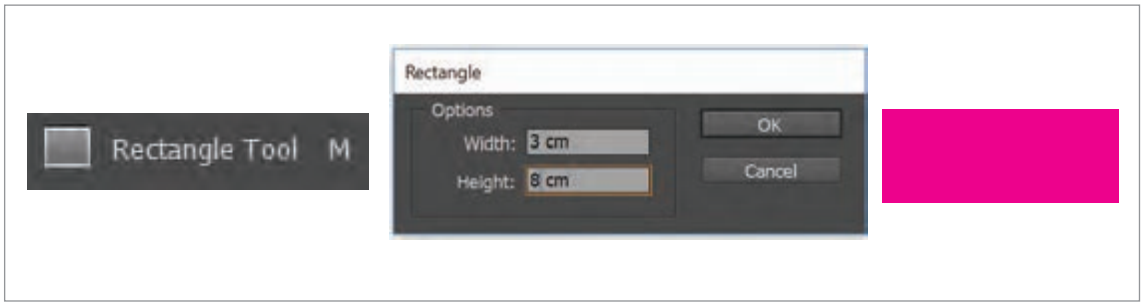
فعالیت کلاسی

یک تصویر را از آرشیو کامپیوتر خود انتخاب کنید و آن را به نرم‌افزار وارد کرده سپس با ابزار مناسب آن را در قاب اطرافش حرکت دهید. تا فقط بخشی از آن دیده شود.

ابزار چهار گوش Rectangle

با این ابزار می‌توان مستطیل و مربع ترسیم کرد. برای ترسیم مربع باید کلید Shift را پایین نگه داشت و شکل را ترسیم نمود.

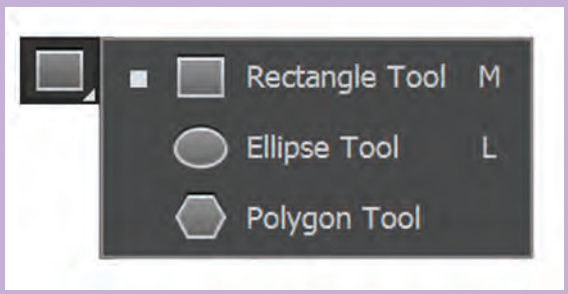
اگر بخواهید چهارگوشی را با اندازهٔ مشخص بکشید با این ابزار روی صفحه کار کلیک کرده، پنجره‌ای باز می‌شود، اندازه موردنظر را وارد کرده و کلید ok را بزنید.



▲ تصویر ۱۷

نکته

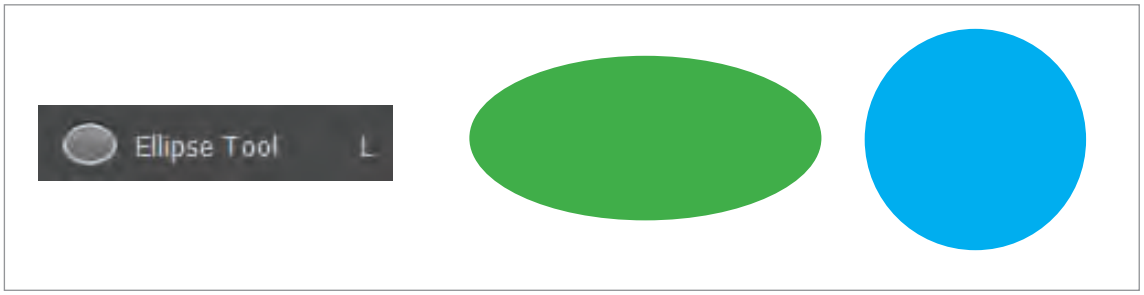
کلیه ابزارهایی که در کنار آن علامت فلش قرار دارد، ابزارهایی با یک کرکرهٔ پنهانی هستند. یعنی اگر کلیک موس را بر روی فلش ، نگه دارید، کرکره ای در کنارش باز می شود و بقیه ابزارهای هم خانواده اش نمایش داده می شود.



▲ تصویر ۱۸

ابزار دایره Elipse

با این ابزار می‌توان انواع بیضی و دایره را ترسیم نمود. برای ترسیم دایره باید کلید Shift را پایین نگه داشت و شکل را ترسیم کرد.
برای اینکه اشکال از مرکز ترسیم شوند کلید Shift + Alt را پایین نگه دارید و شکل را ترسیم کنید.



▲ تصویر ۱۹

فعالیت کارگاهی

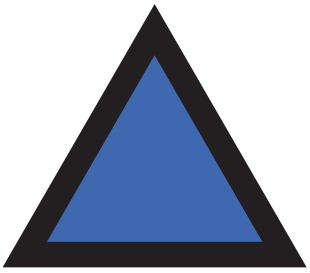
یک صفحه A۴ باز کنید. در آن به وسیله ابزار مربع و دایره و چند ضلعی اشکال مختلفی را ترسیم کنید و سپس آنها را به وسیله ابزارهای انتخاب در صفحه حرکت دهید.

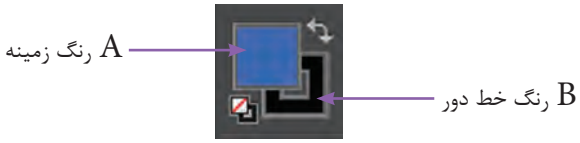
رنگ دادن به اشکال

برای رنگ دادن به اشکالی که در فضای نرم‌افزار این دیزاین ترسیم می‌کنید به روش زیر عمل کنید.

۱ـ ابتدا با ابزار انتخاب ، شکل را انتخاب کنید.

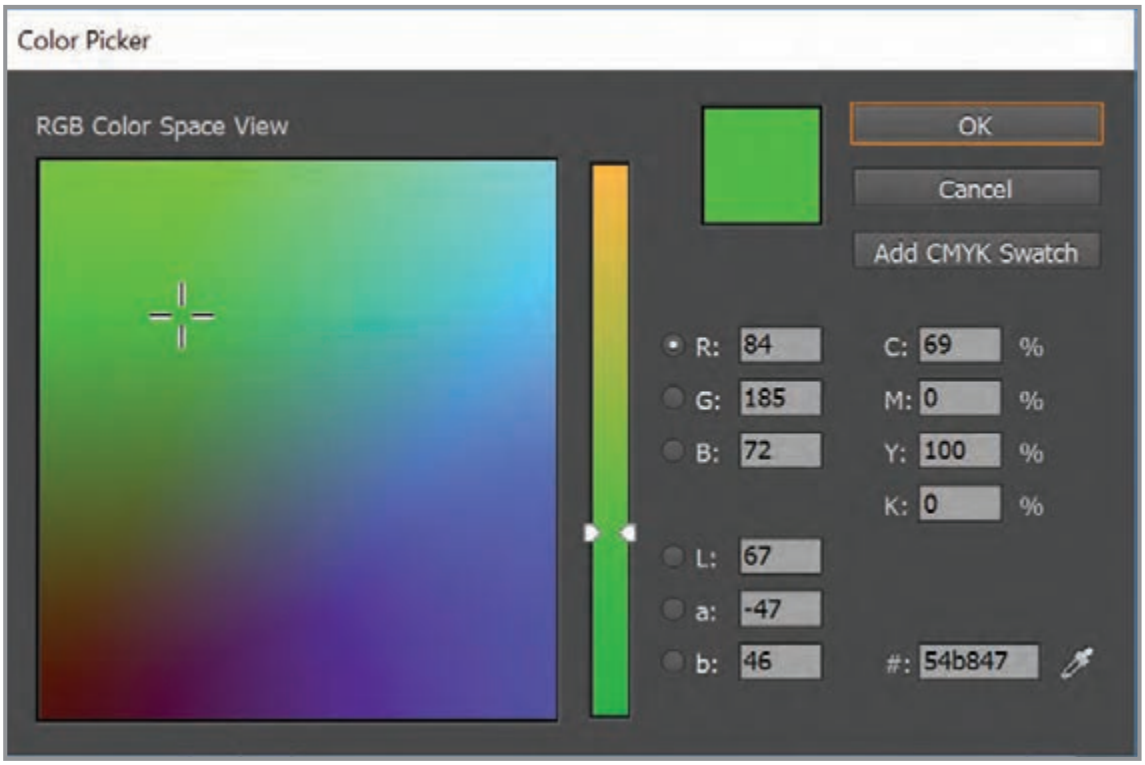
۲- در جعبه ابزار بر روی A (رنگ زمینه) دوبار کلیک کنید. پنجره color picker نمایش داده می شود. در قسمت نمایش رنگ ها، رنگ مورد نظر خود را انتخاب کرده و بر روی گزینه ok کلیک کنید تا رنگ به درون شکل مورد نظر انتقال یابد.





▲ تصویر ۲۰

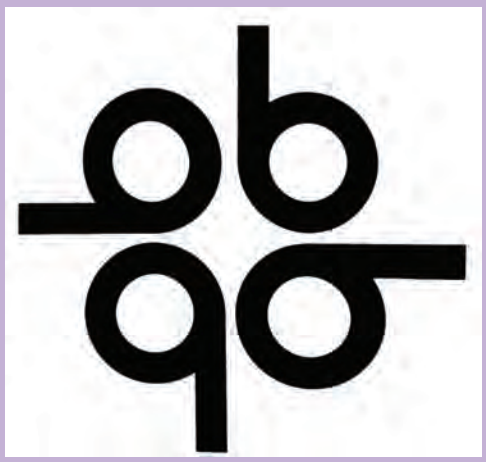
۳- چنانچه بخواهید، خط دور یا stroke شکل را رنگ دهید در جعبه ابزار بر روی B (رنگ خط دور) کلیک کنید تا مجدداً پنجره Color Picker ظاهر شود. مراحل انتخاب رنگ را انجام دهید و بر روی گزینه ok کلیک کنید.



▲ تصویر۲۱

فعالیت کلاسی

به‌وسیله ابزار مستطیل و دایره شکل زیر را ترسیم کنید و به آن رنگ دهید.



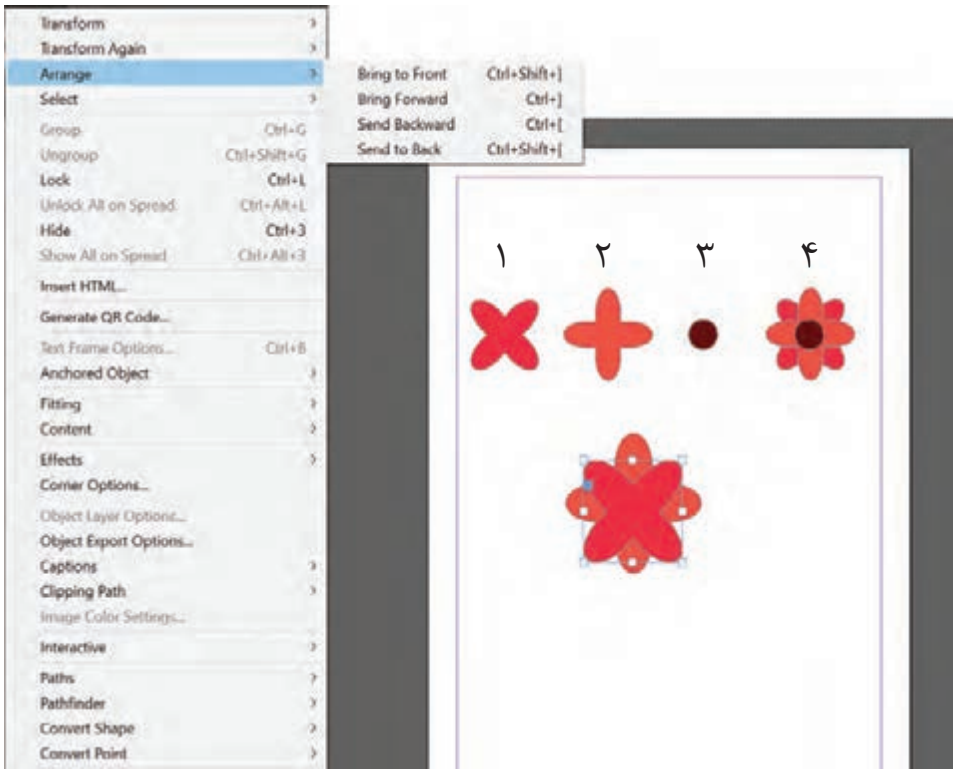
◀ تصویر۲۲

نحوه چیدمان و قراردهی اشکال یا تصاویر (Arrange)

هنگام کشیدن یک شکل یا وارد کردن تصویر در سند، باید به این نکته توجه داشته باشید که هریک از این تصاویر و اشیا در حقیقت در سطوحی متفاوت نسبت به صفحه قرار می‌گیرند. یعنی تصویر دوم در بالای تصویر اول قرار می‌گیرد. چنانچه چند تصویر یا شکل در صفحه داشته باشید به روش زیر عمل می‌کنید.

۱ـ تصویر یا شکل مورد نظر را با ابزار selection انتخاب کنید.
۲ـ در منوی object گزینه arrange را انتخاب کنید. موارد زیر را مشاهده کنید.

Bring to front شکل را روی تمامی اشکال می‌آورد.
Bring forward شکل موردنظر را پله‌پله بالا می‌برد.
Send to back شکل را یکباره به زیر تمامی اشکال می‌برد.
Send backward شکل را پله‌پله پایین می‌برد.



تصویر ۲۳

فعالیت کارگاهی

ابتدا شکل را در چهار مرحله ترسیم کنید و به وسیله فرمان Arrange روی یکدیگر قرار دهید.

فعالیت کارگاهی

برای شکلی که در فعالیت کلاسی قبلی ترسیم کرده اید، یک پس زمینه بسازید و در زیر آن قرار دهید.

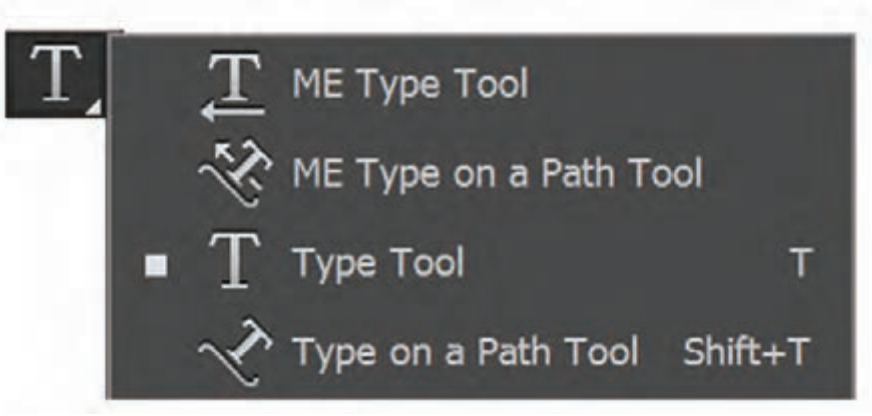
نکته

چنانچه بخواهید اشکال ترسیمی را به صورت یک شکل واحد در بیاورید از منوی object گزینه group را انتخاب کنید، یا کلید میانبر ctrl+ G را بزنید، و حال اگر بخواهید از این حالت خارج شوید، اشکال یکی شده را انتخاب کرده و از منوی object گزینه Un group را بزنید یا کلید میانبر ctrl+shift+ G استفاده کنید.

ابزار type tool

در نرم افزار این دیزاین، برای نوشتن متن از ابزار type استفاده می شود. مطابق شکل ابزار type tool را از جعبه ابزار انتخاب کنید.

با ابزار type tool روی محل دلخواه از صفحه کلیک کرده و یا با (کشیدن) درگ کردن (drag) موس، یک کادر با ابعاد دلخواه ایجاد نمایید. با کلیک کردن درون کادر متنی، یک علامت چشمک زن در کادر متنی ظاهر می شود. حال متن خود را در کادر تایپ کنید.



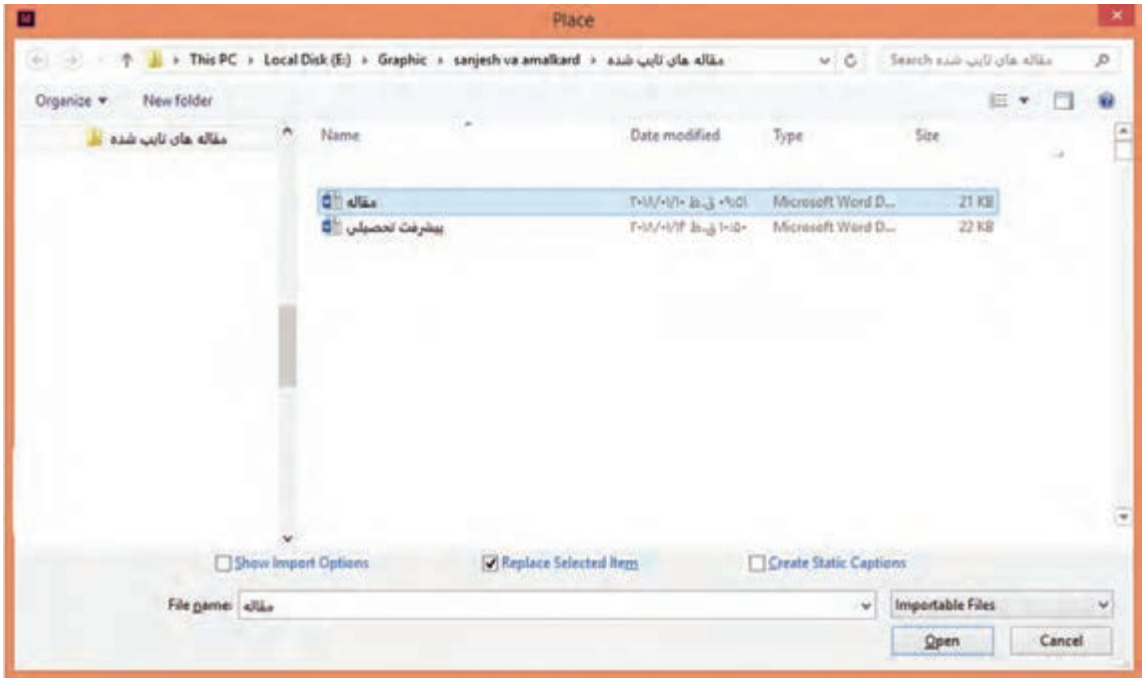
▲ تصویر ۲۴

فعالیت کارگاهی

صفحه‌ای از یک مجله را انتخاب کنید و تیترها و سو تیترهای آن را تایپ کنید.

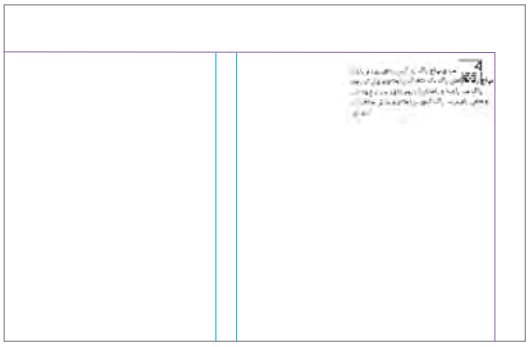
وارد کردن متن از نرم‌افزار word به این دیزاین

در صورتی که بخواهید متنی را از word به محیط ایندیزاین وارد کنید باید از دستور place استفاده نمایید. هنگامی که دستور place اجرا شود، نرم‌افزار به شما این امکان را می‌دهد که متن وارد شده را به درون کادرهای متنی جدید جای دهید. بنابراین از طریق منوی file روی گزینه place کلیک کنید. سپس فایل word مورد نظر را انتخاب و سپس روی دکمهٔ open کلیک کنید.



▲ تصویر۲۵

پیش نمایشی از یک پاراگراف متنی کنار مکان نمای موس ظاهر می شود سپس روی مکان دلخواه از صفحه مثل ستون ها یا کادرهای متنی کلیک کرده تا متن وارد شده در آن جای گیرد. برای اینکه متن به صورت خودکار در همهٔ صفحات جاری گردد، قبل از کلیک کردن در کادر متنی یا مکان مورد نظر خود کلید shift را پایین نگه دارید سپس کلیک کنید.



▲ تصویر ۲۶

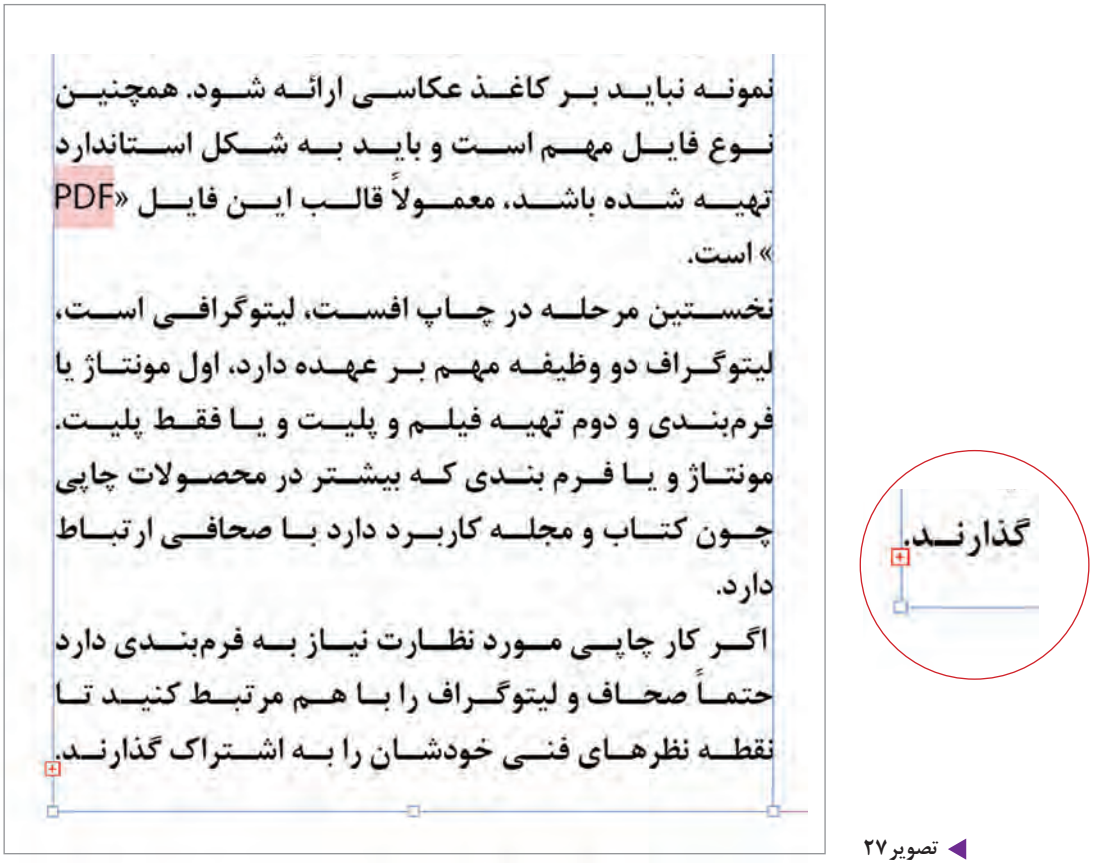
نکته

برای وارد کردن متن از نرم‌افزار word به این دیزاین از کلید میان بر ctrl+d نیز می‌توان استفاده کرد.

فعالیت کارگاهی

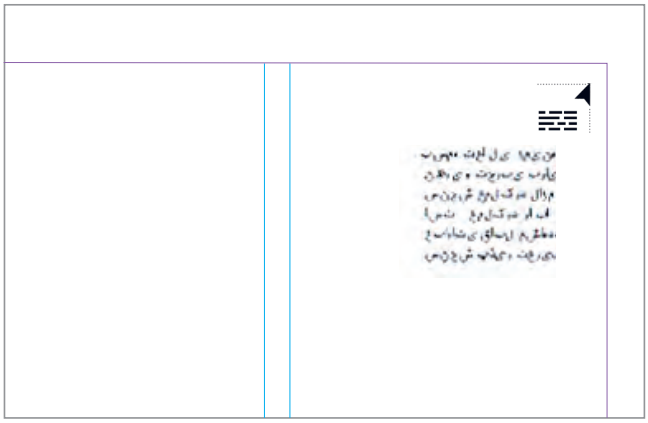
۵ صفحه از یک مجله هنری را انتخاب کنید.متن آن را در فایل word تایپ کرده و آن را به محیط این دیزاین وارد نمایید.(سند خود را به صورت دو ستونه آماده کنید).

اگر متن تایپ شده یا متنی که از طریق دستور place از یک فایل به سند منتقل شده از گنجایش کادر متنی بیشتر باشد، علامت مثبت قرمز رنگ (سرریز متن) در پایین کادر ظاهر می شود در این صورت یا باید اندازهٔ کادر را افزایش داد که مربع قرمز رنگ از بین برود و یا اینکه با ایجاد یک ریسمان (+) اضافات متن را به یک کادر جدید انتقال داد.



تصویر ۲۷

بر روی مربع قرمز رنگ کلیک کرد تا علامت ⊞ ظاهر شود و سپس در صفحه بعد در گوشه بالایی کادر جدید کلیک کرد تا نوشته ها به آن منتقل شود.



▲ تصویر ۲۸

نکته

توجه داشته باشید که کلیه کادرهای نوشتاری در این نرم‌افزار به یکدیگر مرتبط هستند و تغییر در یک کادر موجب تغییر کادرهای دیگر می شود.

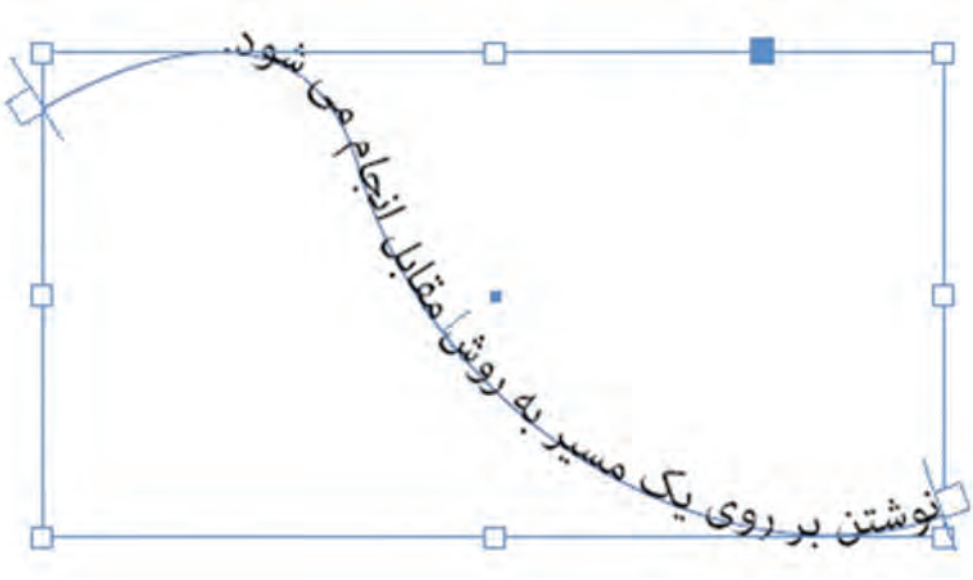
می‌توان از طریق دستور show text thread از منوی view اتصال کادرهای مذکور را مشاهده کنید. کلید میانبر این دستور Alt + ctrl + y است.

▲ تصویر ۲۹

نوشتن روی یک مسیر

به کمک ابزار type on path می توانید در امتداد لبه های یک مسیر برداری نوشته هایتان را تایپ نمایید.

با کمک ابزار pen یک مسیر برداری مانند شکل زیر رسم کنید و سپس ابزار type on path را از جعبه ابزار انتخاب نمایید. و روی لبهٔ مسیر موجود در سند کلیک کرده تا علامت چشمک زن تایپ ظاهر شود و پس از آن شروع به نوشتن کنید. اما اجازه رفتن به خط جدید و فشردن دکمه enter را ندارید. باید توجه داشته باشید که طول نوشته شما باید به اندازه مسیر ترسیم شده باشد. اگر طول سطر نوشته شده از مسیر بیشتر باشد.علامت سرریز ظاهر می شود و شما می توانید با انتخاب ابزار direct selection tool، گوشه های مسیرترسیم شده را گرفته و اندازه آن را افزایش دهید.



▲ تصویر ۳۰

فعالیت کارگاهی

با استفاده از ابزار elips شکلی ترسیم کنید و سپس با انتخاب ابزار type on path متن زیر را دور شکل تایپ کنید.

▲ تصویر۳۱

تنظیمات متنی

برای اعمال هرگونه تغییر در متن‌ها، ابتدا باید متن موردنظر انتخاب شود. از جعبه ابزار، ابزار type را انتخاب کرده و با درگ کردن، بخش موردنظر را انتخاب کنید.

با کمک ابزار pen یک مسیر برداری مانند شکل روبه‌رو رسم کنید و سپس ابزار type on path را از جعبه ابزار انتخاب نمایید. و روی لبهٔ مسیر موجود در سند کلیک کرده تا علامت چشمک زن تایپ ظاهر شود و پس از آن شروع به نوشتن کنید. اما اجازه رفتن به خط جدید و فشردن دکمه enter را ندارید. باید توجه داشته باشید که طول نوشته شما باید به اندازه مسیر ترسیم شده باشد. اگر طول سطر نوشته شده از مسیر بیشتر باشد.

علامت سرریز ظاهر می‌شود شما می‌توانید با انتخاب ابزار direct selection tool، گوشه‌های مسیر ترسیم شده را گرفته و اندازه آن را افزایش دهید

▲ تصویر۳۲

شخصیت‌سازی یکی از مراحل کار تصویرگری است که به تجربه و تمرین‌های زیاد بستگی دارد. خلق شخصیت انسان در حالت‌های مختلف با تمرین مناسب و مکرر بسیار آسان است. در ادامه به یک روش شخصیت‌سازی یا طراحی کاراکتر اشاره می‌شود.

در شخصیت‌سازی باید خصوصیات اخلاقی، اجتماعی، ذاتی و اتفاقاتی که در داستان برای شخصیت اصلی متن رخ می‌دهد دقت شود. مثلاً یک خروس سحرخیز یا یک گربهٔ تنبل خواب‌آلود تفاوت‌های زیادی دارد که باید هنگام شخصیت‌سازی به آن دقت شود.

فعالیت کلاسی

شما چه تصوری از شخصیت پدر دارید؟ سعی کنید آن را به تصویر بکشید.

فعالیت کلاسی

تصویر زیر و صفحات بعدی را به دقت نگاه کنید و در مورد تفاوت‌ها و خصوصیات شخصیت‌ها با هم گفت‌وگو کنید.

تصویر ۳۳

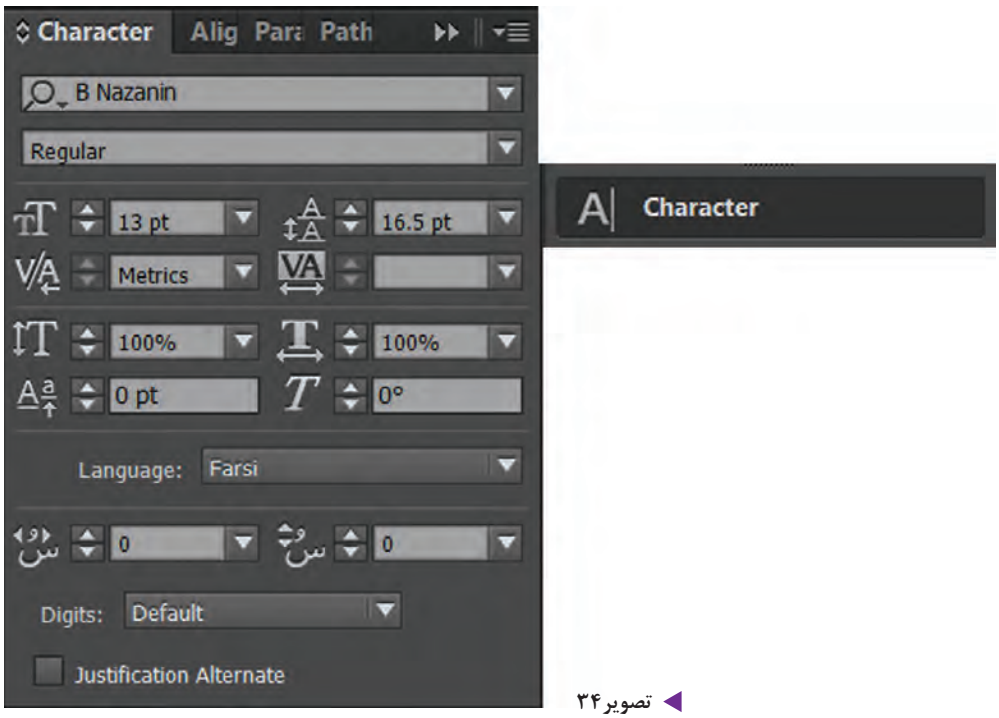
▲ تصویر ۳۳

نکته

- برای انتخاب کل متن از منوی edit گزینه select all را انتخاب نمایید یا از کلید میانبر ctrl+a استفاده نمایید.

- برای تغییر دادن فونت از منوی type گزینه charecter انتخاب نمایید در کنار صفحه، پالت[1] charecterظاهر می شود.این پالت امکان انتخاب و تغییر نوع فونت، سبک، اندازه، فاصله میان سطرها و زبان متن و ... را می دهد.

۱.پالت ها ، پنجره های کوچک شناوری هستند که در سمت راست صفحه قرار دارد و با توجه به نوع ابزاری که انتخاب می کنید کاربردهای خاصی برای آن ها تعریف شده است. پالت ها را می توانید از منوی window فعال کنید.



تصویر ۳۴

فعالیت کارگاهی

۱- یک بروشور[1] ۲ لتی را با مشخصات زیر طراحی کنید.

- قطع : ۱۰X۲۰
- اندازه فونت : ۱۲ پوینت
- کاراکتر فونت : نازنین یا میترا
- فاصله بین خطوط نوشتاری : ۱۴پوینت

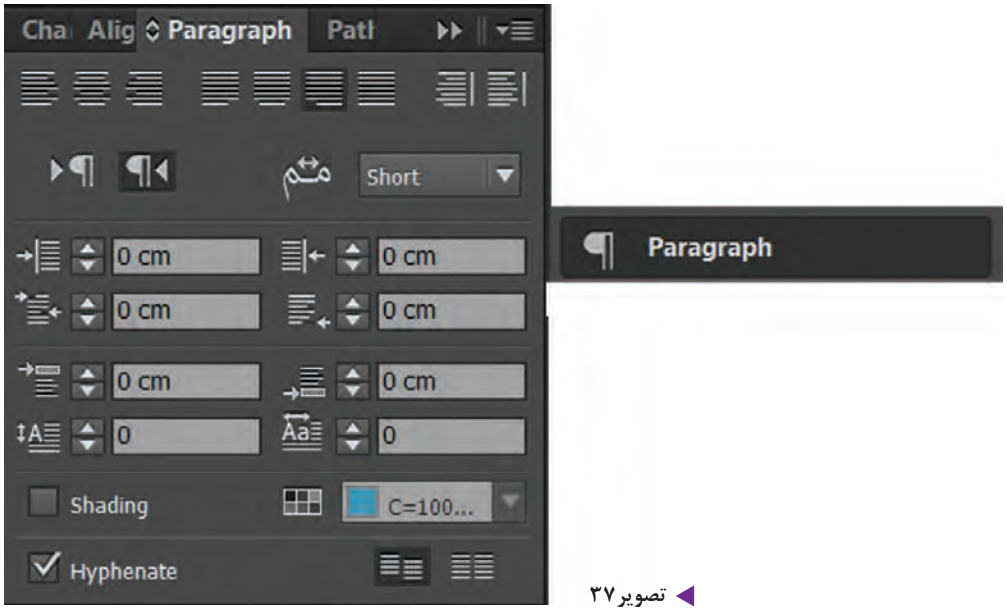
تصویر ۳۵

تصویر ۳۶

۱. بروشورهای مجموعه اطلاعات جزئی و خاص در مورد خاصیت یک نوع محصول، فواید،عملکرد، نحوه مصرف ، نوع خدمات و... در اختیار مخاطب می گذارند. بروشورها در اندازه های مختلف و در تعداد زیاد چاپ می شوند و می توانند به حالت های مختلفی تا شده و دولتی ، سه لتی و... باشند.

تنظیمات پاراگراف

برای اعمال هرگونه تغییر در پاراگراف از منوی type گزینه paragraph را انتخاب کنید. در کنار صفحه، پالت paragraph ظاهر می شود. امکانات موجود در پالت چپ چین ، راست چین ، وسط ، هم تراز کردن و ... خطوط یک پاراگراف است.



تصویر ۳۷

فعالیت کارگاهی

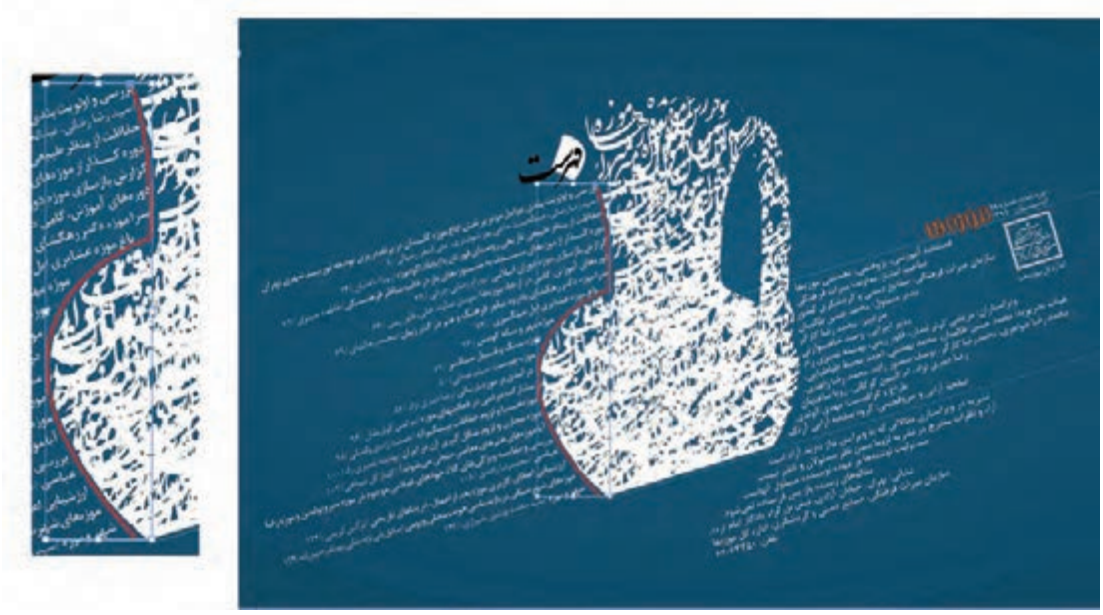
پاراگراف های فارسی بروشوری که در فعالیت کارگاهی قبل طراحی کرده اید را راست چین کرده و کلیه تیترها را وسط چین کنید.

چیدن متن در اطراف تصویر (text wrap)

از پالت text wrap، برای چیدن متن در اطراف تصویر استفاده میشود. چیدن متن در اطراف تصویر اگر به صورت مناسب انجام گیرد می‌تواند جلوه ای هنری و زیبا به کار ببخشد. علاوه بر زیباسازی چینش متن در صفحه ، گاهی در بعضی از کارها برای استفاده حداکثر از فضا از چینش متن دور تصاویر استفاده می شود.از منوی window پالت text wrap را فعال کنید.

▲ تصویر ۳۸

▲ تصویر ۳۹



▲ تصویر ۴۰

▲ تصویر۴۱

در پالت text wrap گزینه‌های زیر را مشاهده می‌کنید.

۱ـ No text wrap: متن روی تصویر ریخته شده و تصویر پس زمینه متن قرار دارد و هنوز هیچ فرمانی اعمال نشده است.

۲ـ Bounding box: متن در اطراف کادر تصویر چیده می‌شود.

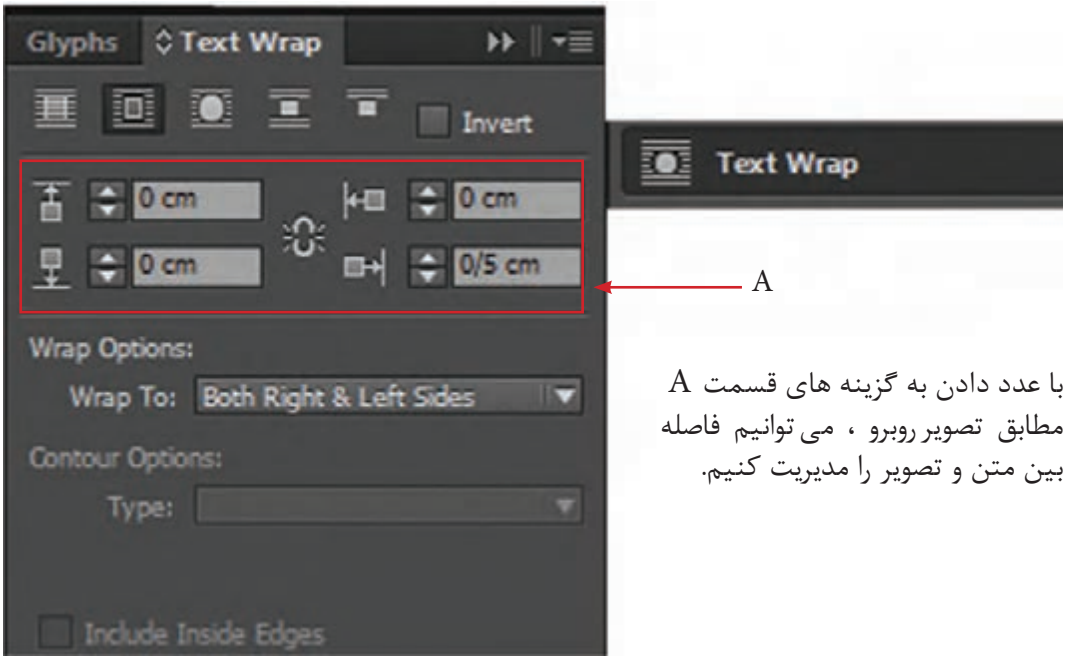
۳ـ Object shape: متن در پیرامون شکل قرار می‌گیرد.

۴ـ Jump object: متن به فضای خالی زیر شئ منتقل می‌شود.

۵ـ Jump object to next column: متن به ستون یا کادر متنی بعدی منتقل می‌شود.

۶ـ با انتخاب گزینه Inverse متن به جای اطراف شئ در داخل شئ چیده می‌شود.

▲ تصویر ۴۲



با عدد دادن به گزینه های قسمت A مطابق تصویر روبرو ، می توانیم فاصله بین متن و تصویر را مدیریت کنیم.

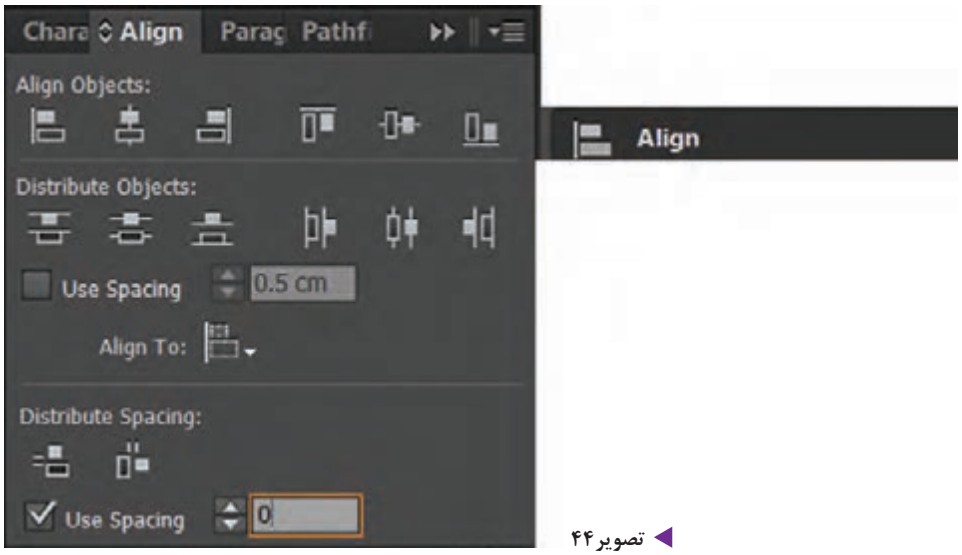
▲ تصویر ۴۳

فعالیت کارگاهی

بروشوری را که در فعالیت‌های کلاسی قبل طراحی و کامل کرده‌اید را باز کنید و دو تصویر را با فرمان text wrap به آن اضافه کنید.

تراز بندی (Align)

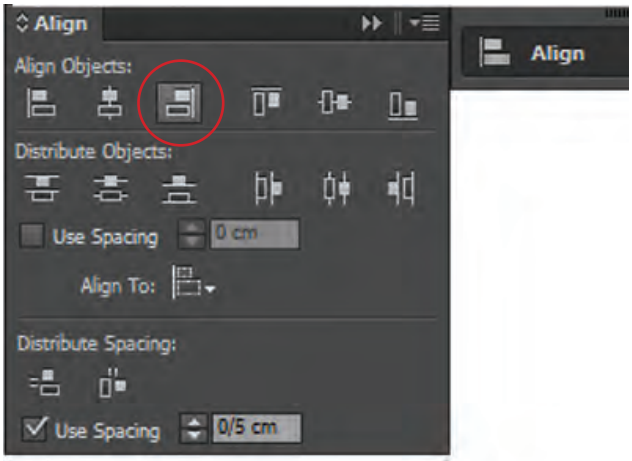
در حین کار با نوشته و تصویر، احتیاج به تراز بندی یعنی هم خط سازی آنها امری اجتناب ناپذیر است. برای این منظور از منوی window گزینه object and layout گزینه align را انتخاب کنید. پالتی باز می شود. در این پالت حالت ها مختلفی قابل مشاهده است.



تصویر۴۴

ابتدا متن و شکل را انتخاب کرده، سپس یکی از حالت های بالا را انتخاب کنید.

تصویر۴۵



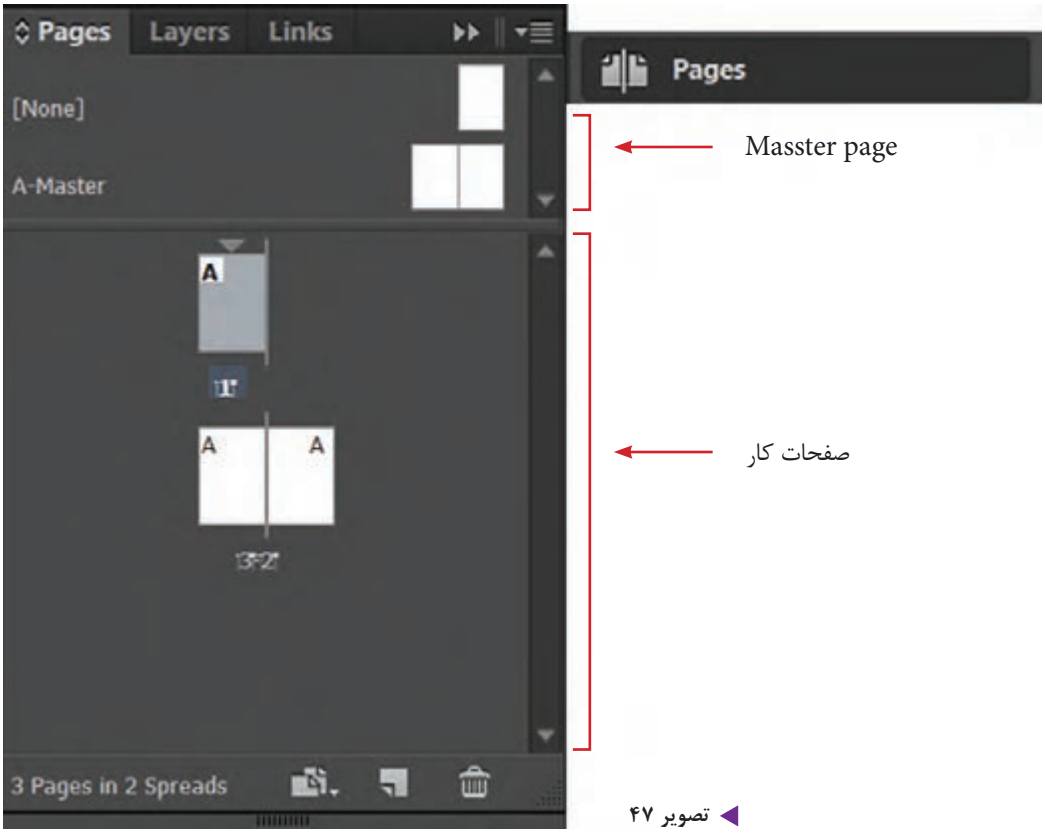
تصویر ۴۶-align راست چین

پالت Page

پالت Page یا صفحات، یکی از مهمترین پالت ها در نرم افزار این‌دیزاین می باشد. برای اضافه و کم کردن صفحه، می‌توان از این پالت استفاده کرد.

برای فعال کردن این پالت، از منوی Window، گزینهٔ Page را انتخاب کنید. این پالت شامل دو قسمت می‌باشد. قسمت بالایی آن، مربوط به Master page می باشد و قسمت پایینی آن صفحات کاری را نشان می دهد.

برای اضافه کردن صفحه کافی است بر روی علامت در پایین پالت کلیک کنید. با هر بار کلیک کردن، صفحه جدیدی به صفحات قبلی اضافه می شود. و برای حذف کردن صفحه، صفحهٔ مورد نظر را در قسمت دوم پالت Page انتخاب کرده و در پایین پالت بر روی علامت کلیک کنید.



تصویر ۴۷

فعالیت کلاسی

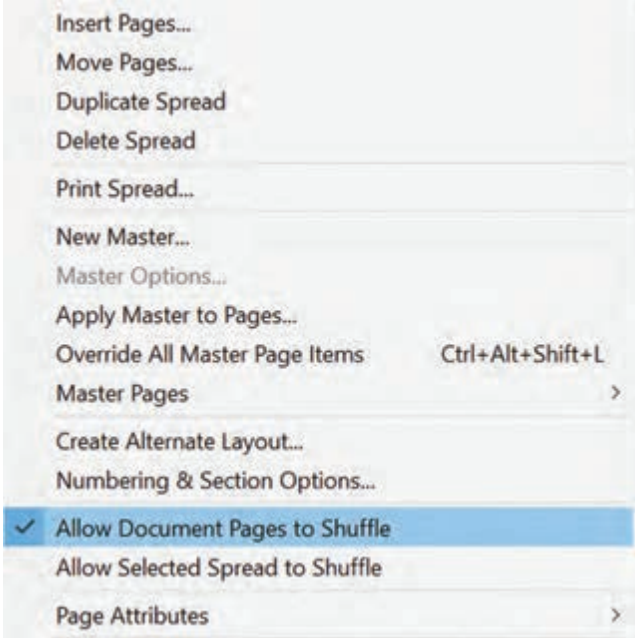
سندی با ۱۰ صفحه و در قطع A۴ باز کنید. سپس ۵ صفحه به آن اضافه نمایید.

جابه‌جایی صفحات از طریق درگ کردن

اگر شما سفارش یک بروشور ۳ یا ۴ لتی را دریافت کرده باشید چگونه صفحات مورد نظر را آماده می کنید؟ چگونه این ۳ یا ۴ لت را در کنار هم قرار می دهید؟

برای این کار پالت صفحات را انتخاب کرده و به قسمت option پالت رفته، علامت تیک کنار گزینه Allow document pages to shuff که امکان جابجایی صفحات سند را ایجاد می کند را بر دارید.

سپس صفحه مورد نظر را انتخاب کرده و آن را به مکان دلخواه درگ می کنید.



▲ تصویر ۴۸

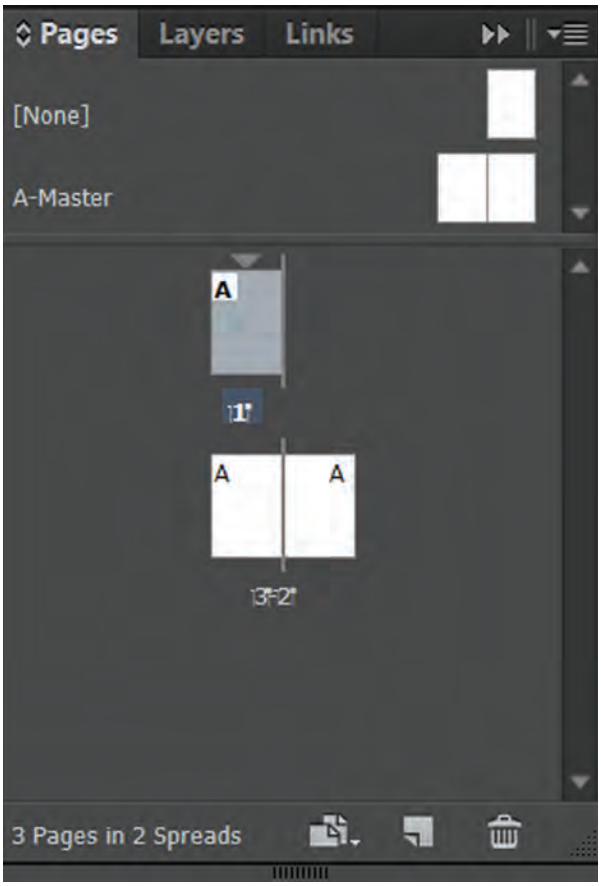
فعالیت کارگاهی

یک بروشور ۳ لتی با موضوع معرفی هنرستان خود طراحی کنید.

پالت Master page

منظور از مستر ، صفحات مرجعی است که تمام عناصر و نشانه ها تکرار شونده و ثابت طرح که شامل شماره صفحه، شماره فصل، لوگوی صفحات و ... می باشد را در خود جای می دهد.

پالت page را باز کنید و بر روی قسمت بالایی پالت که مربوط به مستر پیج (master page) می باشد، دوبار کلیک کنید. حال عناصرهای مورد نظر خود را در مکان مناسب در این صفحات جاگذاری نمایید. به قسمت پایینی پالت صفحه که صفحات کاری را نشان می دهد رفته و بر روی یکی از آنها دوبار کلیک کنید تا تغییرات را مشاهده نمایید.



▲ تصویر ۴۹

فعالیت کارگاهی

برای یک شرکت تبلیغاتی کاتالوگی[1] با ابعاد ۲۰X۲۰ سانتیمتر و در ۱۲ صفحه آماده کنید.
طوری برنامه ریزی کنید که در تمامی صفحات سمت راست لوگوی این شرکت تکرار شود.

▲ تصویر ۵۰

▲ تصویر ۵۱

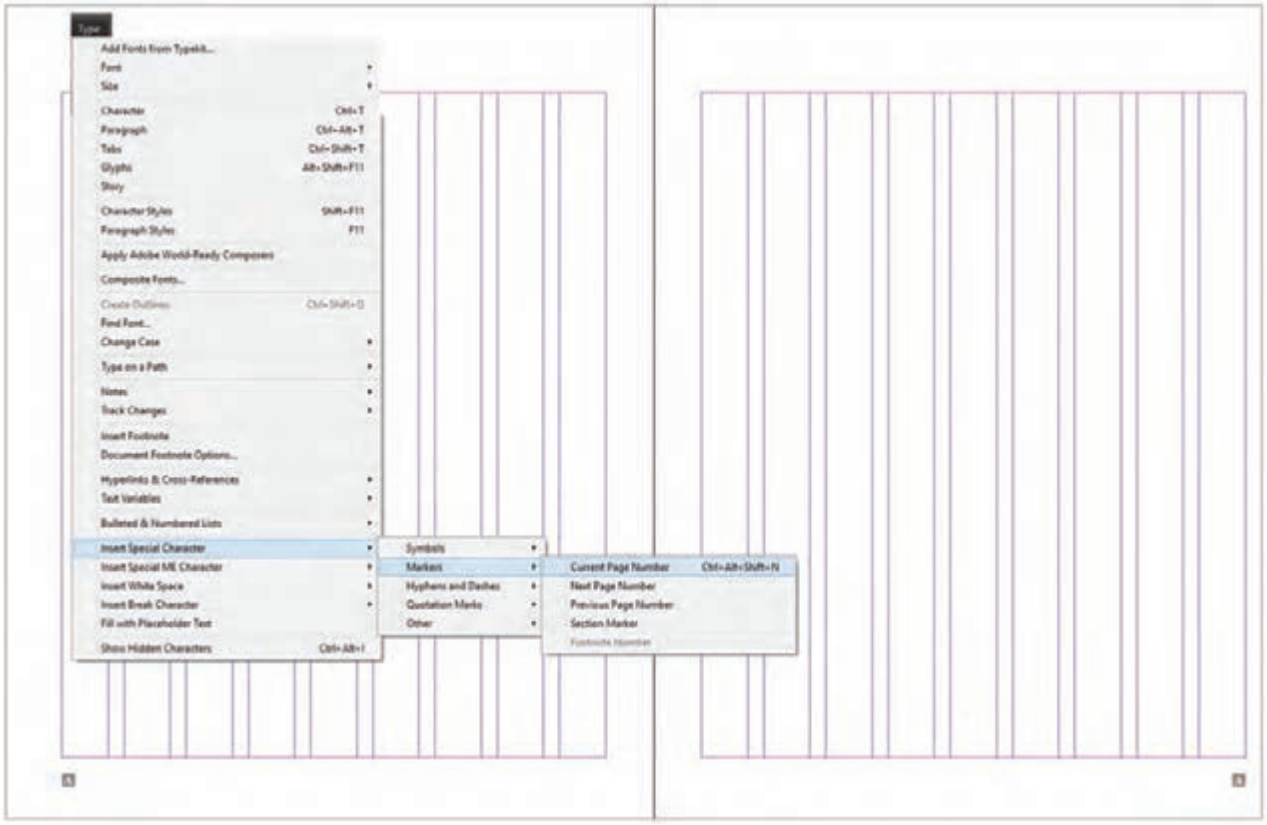
۱. کاتالوگ به مجموعه ای گردآوری شده (به صورت کتابچه) از محصولات یا خدمات یک شرکت یا موسسه بارزترین اطلاعات مورد نیاز گفته می شود. معمولا کاتالوگ ها به تعداد محدودی چاپ می شوند و گران تر هستند.

شماره گذاری صفحات از طریق مستر پیج (master page)

۱- ابتدا پالت صفحه (page) را انتخاب کنید و در قسمت بالایی این پالت ، بر روی مستر پیج دوبار کلیک کنید تا صفحه مستر مورد نظر فعال شود.

۲- با ابزار type tool یک کادر متنی کوچک در پایین صفحه برای درج شماره صفحه ترسیم کنید.

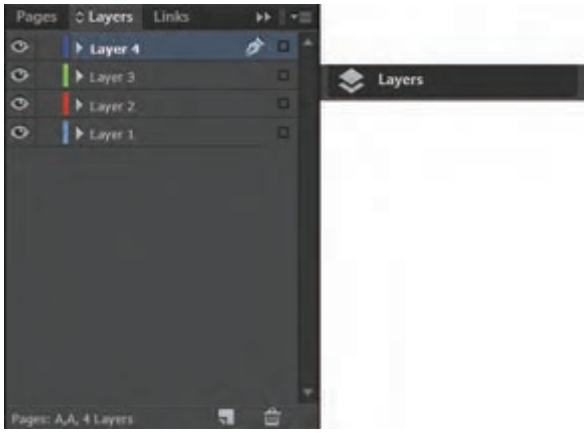
۳- به منوی type رفته و گزینه insert special character را انتخاب کرده و سپس در قسمت Marker روی گزینه Current Page Number کلیک کنید.در این حالت در کادر متنی ای که ترسیم کرده‌اید کاراکتری نمایش داده می شود و در باقی صفحات فایل که می توانید آنها را با کلیک کردن بر روی قسمت صفحات کادری در پالت page مشاهده نمایید.



▲ تصویر۵۲

پالت Layers

لایه ها همانند طلق های شفافی هستند که تصاویر و نوشته ها، روی آن ها قرار می گیرند و این امکان را به کاربر می دهند که جای آن ها را تغییر دهند. این پالت را از منوی window فعال کنید.



◀ تصویر ۵۳

▲ تصویر ۵۴

▲ تصویر ۵۵

برای ساختن لایه جدید در پایین پالت لایه ها، بر روی گزینه کلیک کنید. لایه های جدید، با رنگ هایی متفاوت در پالت لایه ها نمایان می شوند.
برای حذف این لایه ها نیز می توانید روی گزینه کلیک کنید.

فعالیت کارگاهی

سندی ۵ صفحه ای با ابعاد دلخواه از یک مجله باز کنید. طوری برنامه ریزی کنید که نوشته‌ها، تیترها و تصاویر هر کدام در لایه‌های جداگانه قرار گیرند.

نکته

در هنگام کار بر روی فایل خود، در پایان هر مرحله کاری کلید میانبر Ctrl + S را کلیک کنید. این کلید همان کار ذخیره سازی را انجام می دهد و باعث می شود پروژه در هر مرحله ذخیره شود.

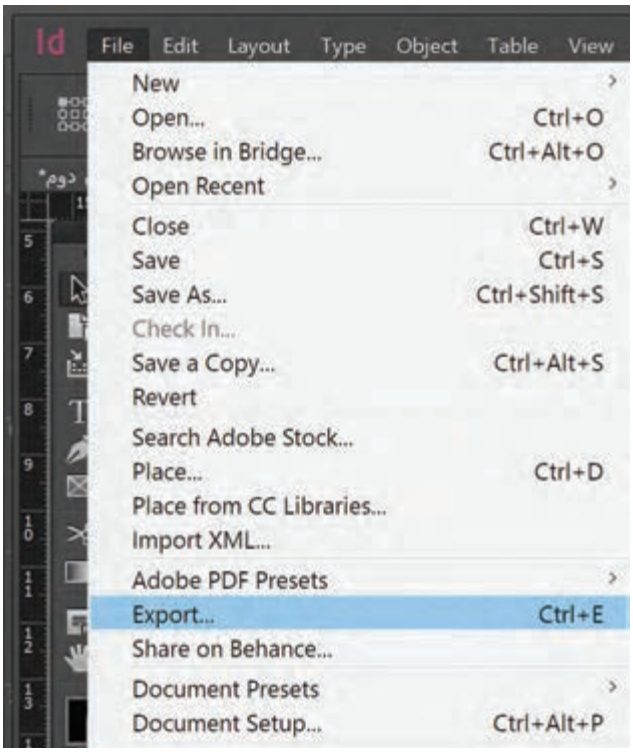
نکته

در این نرم‌افزار ذخیره کردن فایل با نسخه های (version) پایین‌تر نیز امکان‌پذیر می‌باشد.

گرفتن خروجی از یک سند در قالب یک فایل PDF

فایل‌های PDF جزء دسته فایل‌هایی هستند که برای باز شدن نیاز به یک نرم‌افزار خاص گرافیکی ندارند و برروی همه سیستم‌ها قابل مشاهده و اجرا می‌باشند برای همین یکی از فرمت‌های خروجی و پرکاربرد می‌باشد.

۱ـ از منوی file روی گزینه export کلیک کنید یا کلید میانبر ctrl + E را انتخاب کنید پنجره‌ای بر روی صفحه ظاهر می شود. در قسمت File name نام دلخواه خود را وارد نمایید.
۲ـ در قسمت save as type فرمت Adobe PDF را انتخاب کنید.
۳ـ روی گزینه save کلیک نمایید.
۴ـ پنجره export adobe pdf ظاهر می‌شود.
۵ـ روی گزینه export کلیک کنید.



تصویر ۵۶

فعالیت کارگاهی

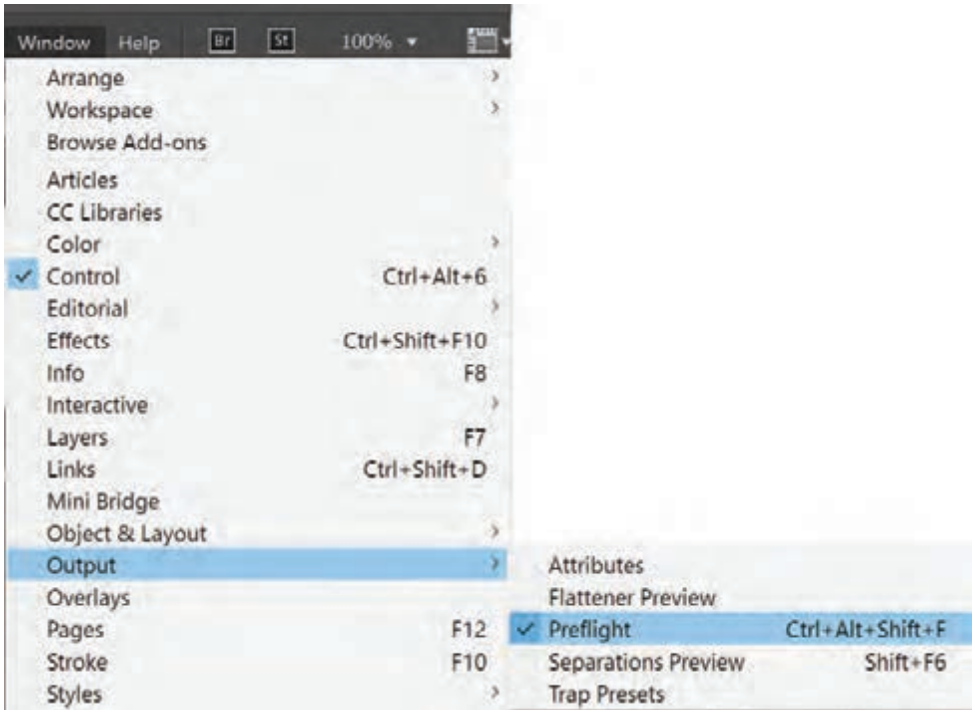
فایل بروشوری را که در تمرین قبل طراحی کردید را با فرمت pdf ذخیره کرده و آن را print بگیرید.

کنترل نهایی فایل

بهتر است بعد از اتمام طر احی و قبل از چاپ سند فایل خود را از نظر خطاهای احتمالی بررسی کنید. برای اطلاع از خطاها و رفع آن ها از منوی window گزینه out put گزینه preflight را انتخاب کرده تا پنجره ی مرتبط با این عملیات باز شود.

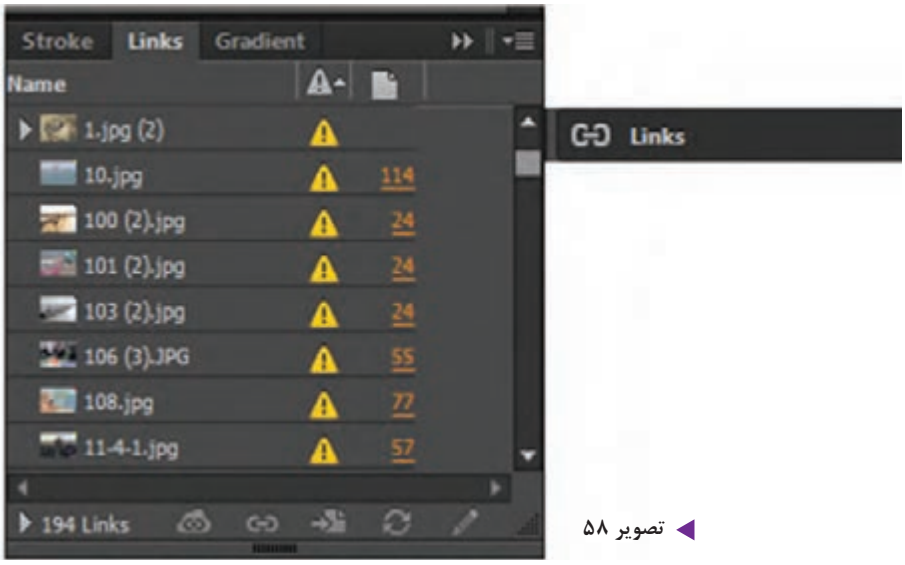
سپس در قسمت error این پنجره، روی خطاهای مورد نظر دوبار کلیک کرده تا شمارا به صفحه ای که خطا در آن رخ داده منتقل کند.

یکی دیگر از مواردی که کنترل آن مهم است بررسی پالت link می باشد. از این پالت برای به روز رسانی اطلاعات تصویری ای که از نرم افزار فتوشاپ به ایندیزاین آمده، استفاده می شود.از منوی window گزینه link را انتخاب کنید.تصاویر در سایز کوچک به صورت نوارهای موازی در این پالت قرار دارد.



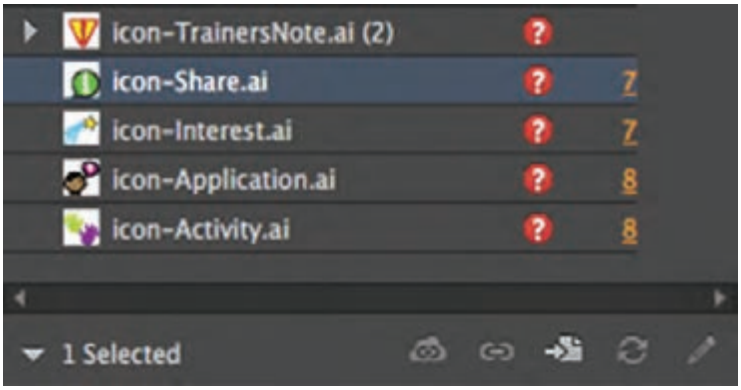
▲ تصویر ۵۷

در صورتی که در نرم افزار فتوشاپ تغییراتی روی تصویر اعمال شده باشد، مثل تغییر در مود رنگی یا اعمال فیلتری خاص بر روی تصویر یا حذف یا ادیت بخشی از تصویر و....که بعد از آن تغییرات تصویر در نرم افزار ایندیزاین به روز نشده باشد، در سمت راست نوار تصویر آیکون ⚠ دیده می شود.با دوبار کلیک کردن بر روی آن، این خطا به صورت خودکار بر داشته شده و به روز رسانی می شود.



◀ تصویر ۵۸

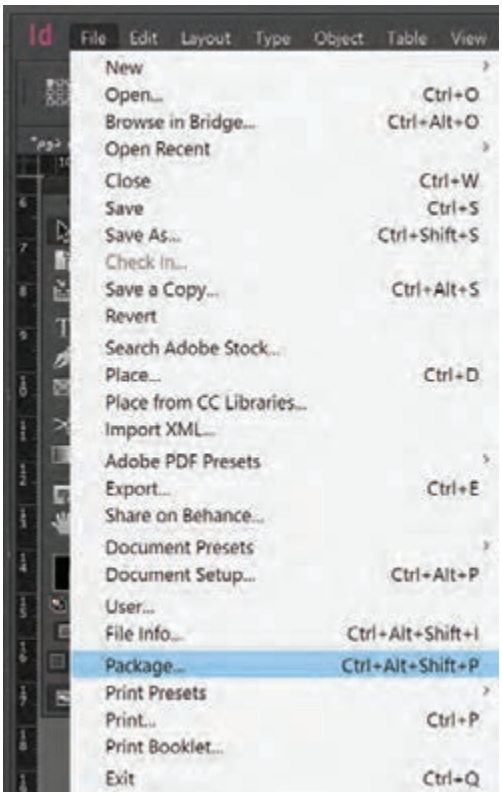
اگر محل ذخیره تصویر نسبت به زمانی که آن را در صفحه کار آورده اید تغییر کرده باشد و یا اگر تصویر مورد نظر در سیستم شما ذخیره نشده باشد، در مقابل نوار تصویر در پالت لینک، آیکون ? دیده می شود اگر روی نوار آن کلیک کنید همه اطلاعات تصویر در پایین پالت ظاهر می شود. چنانچه دوبار روی آیکون ? کلیک کنید، پنجره ای ظاهر می شود مطابق نشانی پایین پالت لینک محل ذخیره تصویر را یافته و روی آن کلیک کرده گزینه open انتخاب کنید، آیکون ? حذف شود.



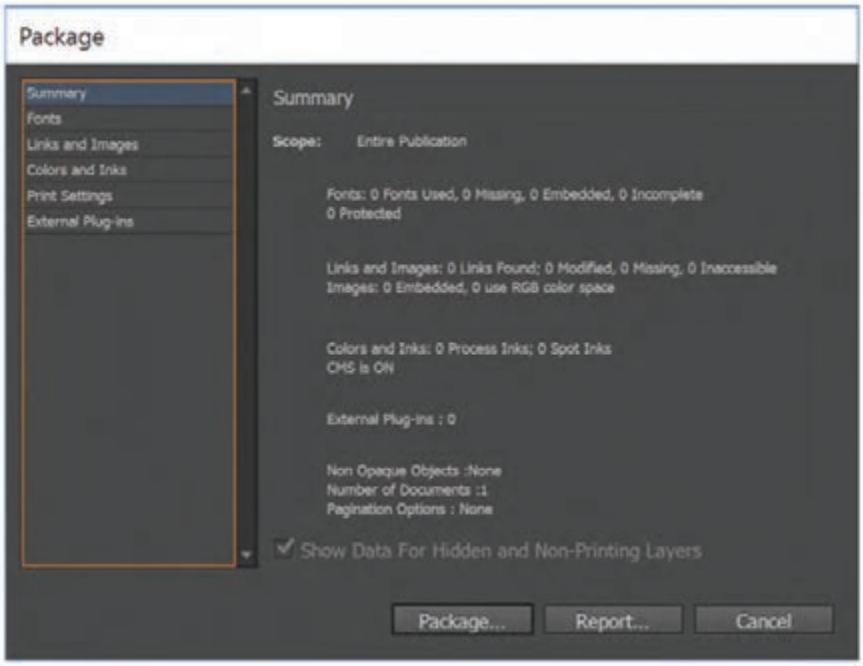
▲ تصویر ۵۹

آماده سازی فایل برای خروجی نهایی

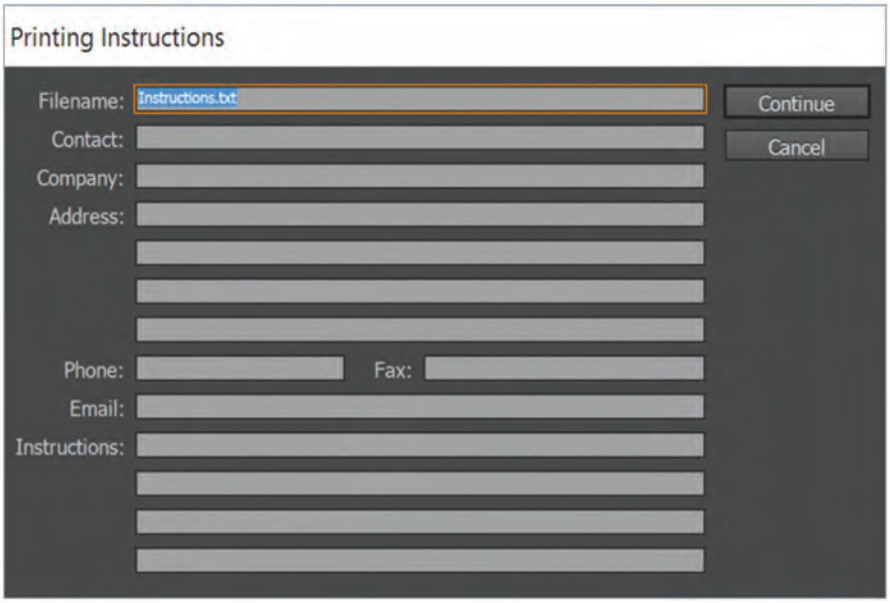
ابتدا فایل مورد نظر را ذخیره کنید.آنگاه از منوی file گزینه package را انتخاب کرده تا پنجره ای باز شود. اطلاعات کل فایل شامل انواع فونت ها و تصاویر داخل آن قرار دارد.اطلاعات سمت چپ این پنجره را با دقت بررسی کنید و در صورت تایید، گزینه package را انتخاب کنید. پنجره printing instruction باز می‌شود. مشخصات لازم فایل را وارد کرده گزینه continue را انتخاب کنید.در ادامه پنجره package publication باز می شود.در قسمت folder name نامی برای پوشه خود انتخاب کرده و پس از تعیین محل آن، کلید package را انتخاب کنید.پنجره دیگری باز می شود که هشدارهای ایمنی را می دهد.آن را نیز ok کنید.تمام لینک ها به همراه فونت هایی که در کار استفاده شده در این پوشه ذخیره می شوند. اکنون این فایل برای انجام مراحل چاپ آماده می باشد.



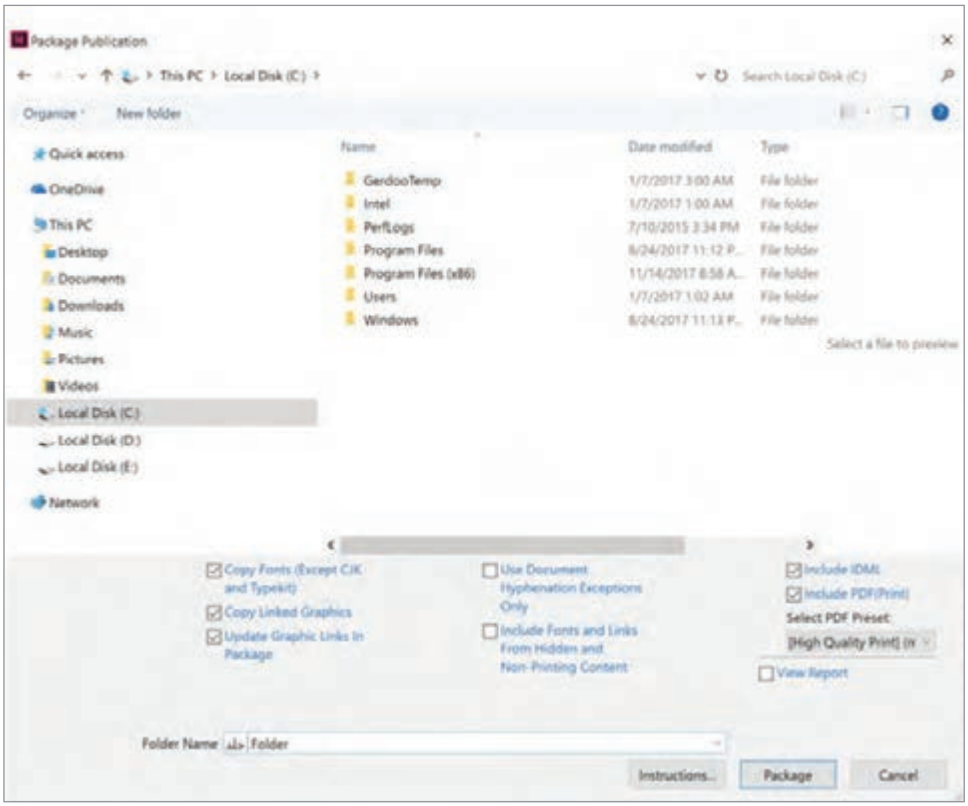
▲ تصویر ۶۰



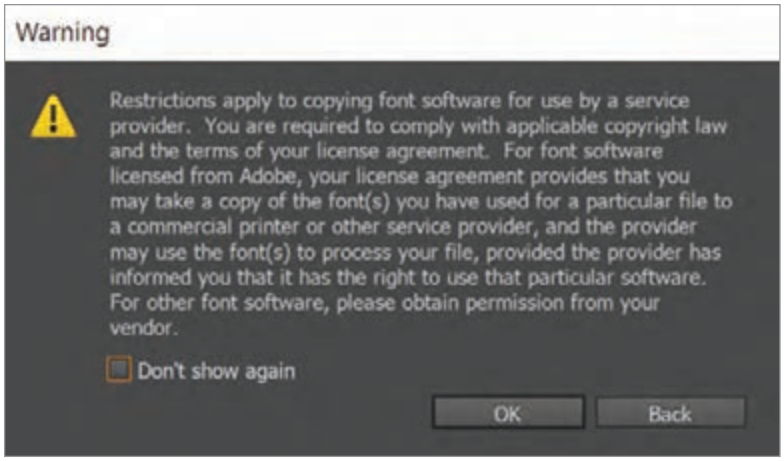
▲ تصویر۶۱



▲ تصویر ۶۲



▲ تصویر ۶۳



▲ تصویر ۶۴

فعالیت کارگاهی

خروجی نهایی فایل های مجله و بروشوری که طراحی کرده اید را بگیرید و به تأیید هنرآموز خود برسانید.

ارزشیابی شایستگی کاربری نرم‌افزار نشر و مطبوعات Id

شرح کار:

اجرای صفحات یک کتاب در محیط نرم افزار این‌دیزاین و تهیه خروجی برای چاپ.

استاندارد عملکرد:

اجرای صفحه‌بندی با توجه به ماکت طراحی شده و بر اساس استانداردهای نرم‌افزار(Id)

شاخص ها:

۱- انتخاب رنگ و فرم

۲- انتخاب عکس و فونت

۳- انتخاب سایز و گرید

۴- خروجی گرفتن

شرایط انجام کار و ابزار و تجهیزات:

زمان : ۲ ساعت (خروجی نهایی)

مکان:کارگاه گرافیک

ابزار و تجهیزات:رایانه- میز- اسکنر

ابزار و تجهیزات مورد نیاز انجام کار:

۱- رایانه و نرم افزار های مربوطه

۲- اسکنر- پرینتر

۳ - میز و صندلی و نور مناسب

معیار شایستگی:

ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	پذیرش سفارش	۱	
۲	پیاده سازی طرح و اتود اولیه در نرم افزار	۱	
۳	آماده سازی نهایی طرح در نرم افزار	۲	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرش: مدیریت منابع، صرفه‌جویی، تفکیک ضایعات، استفاده از ابزار و وسایل ایمن شایستگی های تفکر، داشتن درک درستی از سیستم سازمانی	۲	
	میانگین نمرات		*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می باشد.

پودمان ۳

صفحه آرایی

«مفهوم عینی و امروزی کتاب یعنی مجموعه‌ای از برگ‌های کاغذی که روی آنها مطالبی چاپ شده است و در یک طرف به نام عطف به یکدیگر متصل شده‌اند و پوشش یا جلدی نیز دارند». صفحه‌آرایی کتاب‌های دارای نوشتار و تصویر، یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که هنرجویان رشته فتو ـ گرافیک آن را می‌آموزند.

واحد یادگیری ۱

صفحه‌آرایی

در صفحه آرایی کتاب به چه نکات مهمی باید توجه کرد؟

■ هنرجویان در این پودمان مهارت‌های زیر را کسب خواهند کرد:

- طراحی «پایه کار» یا «گرید» در صفحه آرایی کتاب براساس موضوع و مخاطب
- صفحه آرایی کتاب
- تحلیل تفاوت صفحه‌آرایی کتاب‌های تمام متن و کتاب‌های متن و تصویر

استاندارد عملکرد

■ طراحی و اجرای کتاب با استفاده از عناصر صفحه آرایی (طراحی گرید اصلی، چیدمان متن و تصویر، شناخت فونت و تیتر...) بنابر سفارش مشتری در جهت محتوای کتاب متناسب با گروه سنی مخاطب و استانداردهای طراحی و چاپ کتاب

مقدمه

ماهیت طراحی گرافیک عبارت است از: نظم بخشیدن به اطلاعات، شکل دادن به ایده‌ها و بیان و احساس نسبت به مصنوعاتی که تجربهٔ بشری است. همچنین ارائهٔ راه‌حل‌های مناسب بصری برای تسهیل در ارتباطات مورد نیاز جامعه، کار طراحان گرافیک است.

با تحولات ایجاد شده در نشر روی میزی، عکاسی و فن‌آوری‌های مرتبط با صنعت چاپ، امروزه تصاویر نقش بسیار مهمی دارند، به گونه‌ای که می‌توان گفت؛ انسان از جهان کلمات و واژه‌ها، به جهانی تصویرمحور وارد شده است. آشنایی با فرایند «دیدن» و «دقیق دیدن» و دریافت صحیح از پیام‌های بصری و تصویر، به طور کلی فن و مهارتی است که مانند یادگیری یک زبان جدید، باید قدم به قدم فرا گرفته شود، بنابراین «سواد بصری» به این مهارت انسانی در فهم و ترجمهٔ تصویری یک اثر گفته می‌شود.

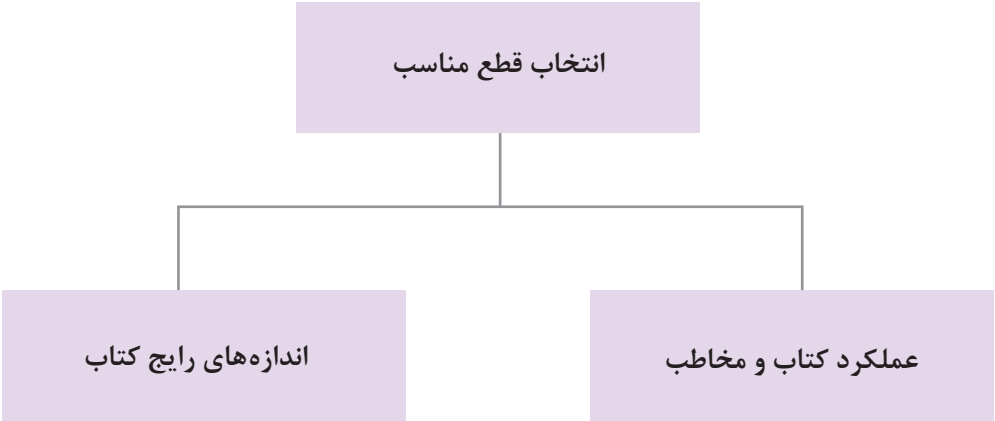
همان‌گونه که طراحان گرافیک برای انجام فرایند «صفحه‌آرایی[1]» به سواد بصری نیاز دارند؛ مخاطبان و خوانندگان نیز برای دریافت پیام یا محتوای یک اثر نوشتاری یا تصویری باید الفبای سواد بصری را بشناسند.

پرسش کلاسی

بررسی کنید که کدام یک از رشته‌های مصوب دانشگاهی در ایران که اکنون دایر هستند، به داشتن سواد بصری احتمالاً نیاز بیشتری دارند؟ (ذهن خود را فقط معطوف به رشته‌های هنری نکنید).

صفحه آرایی کتاب‌های «غیر مصور» یا «تمام متن»

مراحل صفحه آرایی:



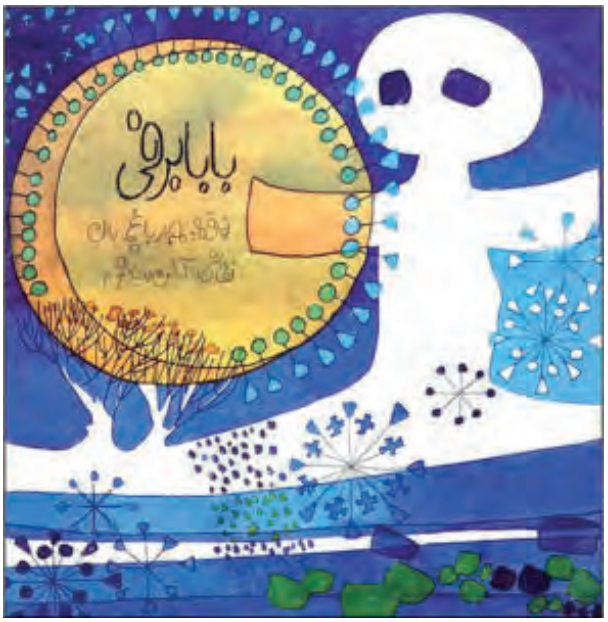
۱. در زبان فارسی محاوره ای امروز کشورمان معادل واژهٔ صفحه آرایی ، واژهٔ انگلیسی لی اوت (Layout) و گاهی واژهٔ فرانسوی میزانپاژ (mise en page) را نیز به کار می برند.

قطع کتاب:

نام قطع	اندازهٔ بعد از برش بر حسب سانتی‌متر	طول سطر مناسب بر حسب سانتی‌متر	اندازهٔ کاغذ مناسب بر حسب سانتی‌متر	کاربرد مناسب
رقعی	(۱۴/۵تا ۱۴)×۲۱	۱۰/۸ تا ۹/۹	(سه ورقی) ۶۰ × ۹۰	ادبیات داستانی نوجوانان
وزیری	(۱۶/۸تا ۱۶/۵) × ۲۴	۱۲/۶ تا ۱۱/۷	(چهار و نیم ورقی) ۷۰ × ۱۰۰	تمام کتاب‌های بزرگسالان
رحلی	(۲۸/۵تا ۲۸) × ۲۱	۸ برای دو ستونی و ۱۳ تا ۱۳/۵ برای یک ستونی	(سه ورقی) ۶۰ × ۹۰	فرهنگ‌های لغت و دایره المعارف‌ها و کتاب‌های هنری
رحلی بزرگ	(۳۴تا ۳۳/۵) × ۲۴	۹/۲ برای دو ستونی و ۱۴ تا ۱۴/۵ برای یک ستونی	(چهار و نیم ورقی) ۷۰ × ۱۰۰	کتاب‌های هنری و آلبوم‌های مصور

علاوه بر این چهار قطع، دو حالت نیز برای کتاب رایج است: یکی حالت خشتی یا قطع خشتی تصاویر ۱ و ۲ که به تمام کتاب‌هایی گفته می‌شود که یا طول و عرض آنها دقیقاً برابرند و یا اختلاف اندازهٔ اندکی دارند.

▲ تصویر۱



▲ تصویر۲

دیگر حالت بیاضی که به کل کتاب‌هایی گفته می‌شود که شیرازه و عطف آنها در عرض کتاب واقع شده است و کاربرد آن در مواردی است که جداولی در کتاب وجود دارد که به‌علت تعداد زیاد ستون‌ها در حالت بیاضی این جداول استقرار مناسب‌تری در صفحه می‌یابند و یا در کتاب‌های مصوری که تصاویر آنها غالباً افقی هستند و ضرورت دارد که کوچک ارائه نشود (تصاویر ۳ و ۴).

▲ تصویر ۳

▲ تصویر ۴

طراحی گرید[1]

در صفحه‌آرایی کتاب، «گرید» برای سامان دادن به عواملی مانند طول سطرها و فاصلهٔ آنها از یکدیگر(لدینگ)[2]، فاصلهٔ بخشی از صفحه که واژگان در آن قرار گرفته‌اند از لبه‌های کاغذ (مارژین)[3]، فاصلهٔ ستون‌های حروف‌چینی شده از هم در کتاب‌های دو ستونی و بیشتر محل قرارگیری شماره صفحه و عنوان کتاب یا فصل به‌کار می‌رود. طراحی گرید برای رایانه تعریف شده و به‌عنوان پایهٔ کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. تمام صفحه‌های یک کتاب غیر مصور، از گرید ثابتی پیروی می‌کند به جز در برخی صفحات پس از متن، مانند: واژه‌نامه که با حفظ و ثابت نگاه داشتن اندازهٔ حاشیه‌ها، ممکن است از گرید متفاوتی استفاده شود.

فعالیت کارگاهی

۱ـ چند نمونه کتاب درسی، آموزشی، داستانی و مانند آن را از نظر طول سطر، فاصله سطرها، فاصله متن از لبهٔ کاغذ و ... را بررسی و جدول زیر را کامل کنید.

	طول سطر	فاصله سطرها	فاصله متن از لبهٔ کاغذ	فاصلهٔ بین ستون‌ها	محل قرارگیری شماره صفحه	عنوان کتاب	قطع کتاب
کتاب مصور							
کتاب تمام متن							
روزنامه							
مجله							

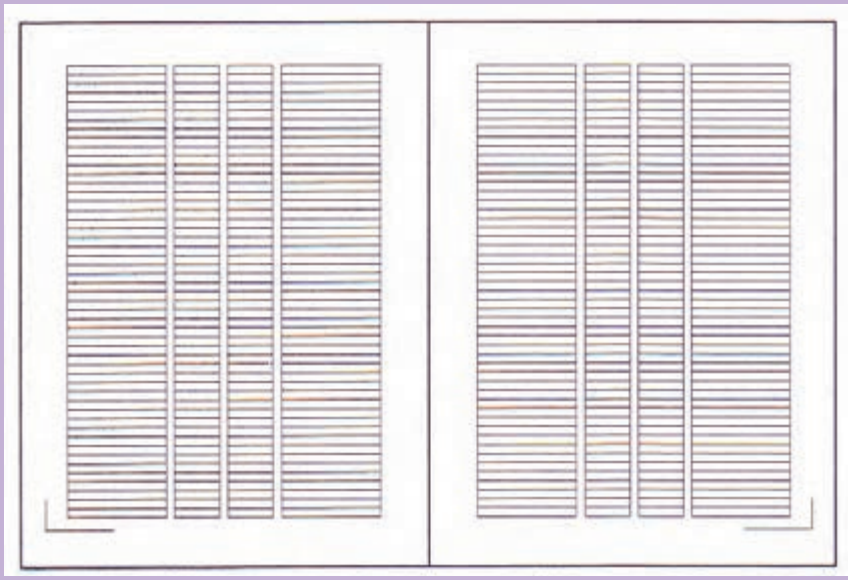
۲ـ چرا شمارهٔ صفحات نزدیک عطف نیستند؟

1.grid
2. Leading
3. margin

نکته

در طراحی گرید صفحه‌های کتاب‌های غیر مصور، باید به این نکته‌ها توجه کرد:

ـ از چهار حاشیهٔ هر صفحه، حاشیهٔ طرف عطف باید به‌طور محسوسی از سه حاشیهٔ دیگر کمتر باشد، زیرا تنها حاشیه‌ای است که با فضای اطراف صفحات کتاب، تماس ندارد و در صفحهٔ مقابل و در کنار خودش تکرار می‌شود (تصویر ۵).

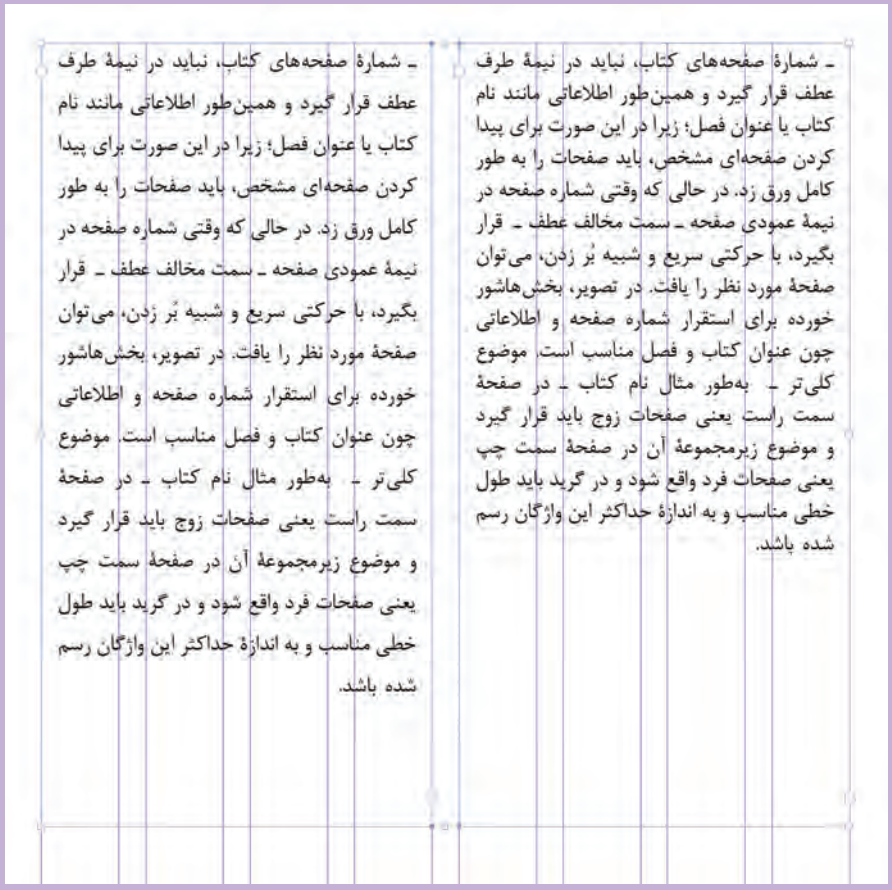


▲ تصویر۵

ـ شمارهٔ صفحه‌های کتاب، نباید در نیمهٔ طرف عطف قرار گیرد و همین‌طور اطلاعاتی مانند نام کتاب یا عنوان فصل؛ زیرا در این صورت برای پیدا کردن صفحه‌ای مشخص، باید صفحات را به طور کامل ورق زد. در حالی که وقتی شماره صفحه در نیمهٔ عمودی صفحه ـ سمت مخالف عطف ـ قرار بگیرد، با حرکتی سریع و شبیه بُر زدن، می‌توان صفحهٔ مورد نظر را یافت. در تصویر ۷، بخش‌هاشور خورده برای استقرار شماره صفحه و اطلاعاتی چون عنوان کتاب و فصل مناسب است. موضوع کلی‌تر ـ به‌طور مثال نام کتاب ـ در صفحهٔ سمت راست یعنی صفحات زوج باید قرار گیرد و موضوع زیرمجموعهٔ آن در صفحهٔ سمت چپ یعنی صفحات فرد واقع شود و در گرید باید طول خطی مناسب و به اندازهٔ حداکثر این واژگان رسم شده باشد.

یادآوری

فاصلهٔ سطرها باید کم باشند در حدی که پایین حروف داسی شکل (ج، چ، ح، خ، ع، غ) به بلندترین بخش الفبای فارسی یعنی سرکش‌های کاف و گاف تماس یا تقاطع نداشته باشد. لزوم این کمی فاصلهٔ سطرها به این دلیل است که چهار حاشیهٔ صفحه، اهمیت و جلوهٔ بصری لازم را دارا باشد و وقتی فاصلهٔ سطرها زیاد می‌گردد، این ارزش و اهمیت کمتر می‌شود (تصویر ۶).



▲ تصویر۶

پاراگراف سمت راست علاوه بر اهمیت انتخاب فاصله سطر مناسب، فاصلهٔ کلمات در یک سطر و نیز فاصلهٔ اجزای تشکیل دهندهٔ یک کلمه از یکدیگر هم باید متناسب باشد که به آن کرنینگ[1] گفته می شود .

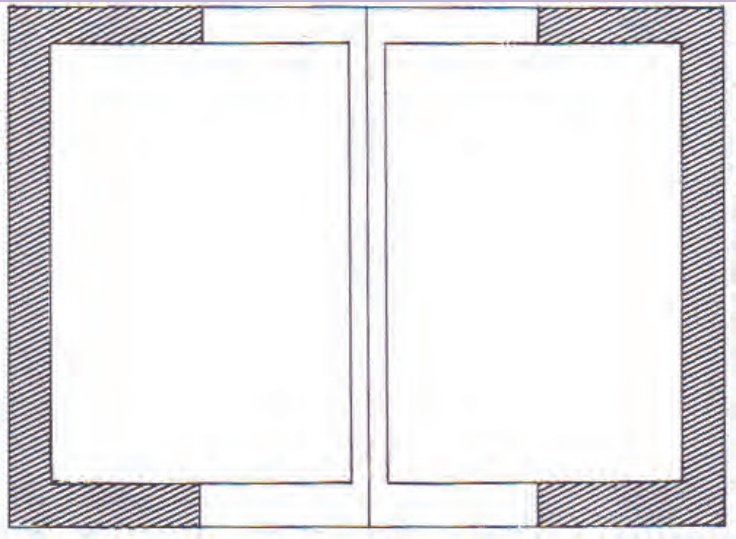
1. Kerning

فعالیت کارگاهی

پنج سطر از یک متن انتخابی را (کتاب کودک، کتاب تاریخی، روزنامه، مجله و ...) با چند نوع فونت و با فاصلهٔ سطرهای متفاوت تایپ کنید، تغییرات را بررسی کرده، از نظر بصری کدام یک از فونت‌ها برای متن انتخابی مناسب‌تر است و کدام یک راحت‌تر خوانده می‌شود؟ نتایج خود را در کارگاه ارائه کنید.

نکته

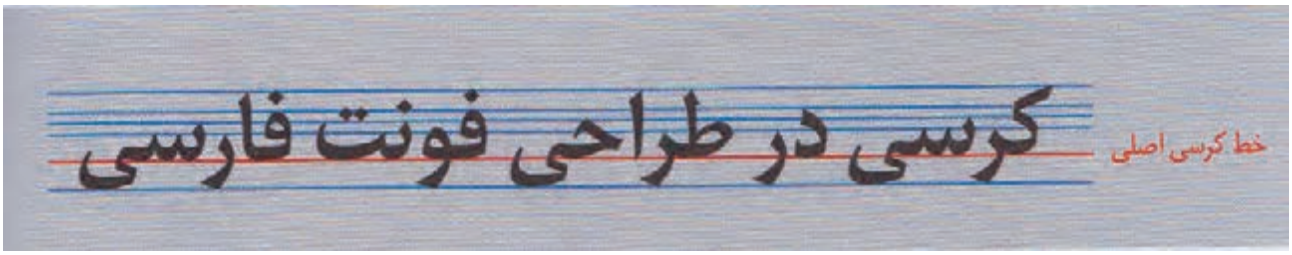
غیر از حاشیهٔ طرف عطف که قرار شد از سه حاشیهٔ دیگر مقدار کمتری انتخاب شود، سه حاشیهٔ دیگر می‌توانند به یک اندازه انتخاب شوند و یا حاشیه‌ای بیشتر انتخاب شود که شماره صفحه و اطلاعاتی مانند عنوان کتاب و فصل در آن قرار می‌گیرند (تصویر ۷).



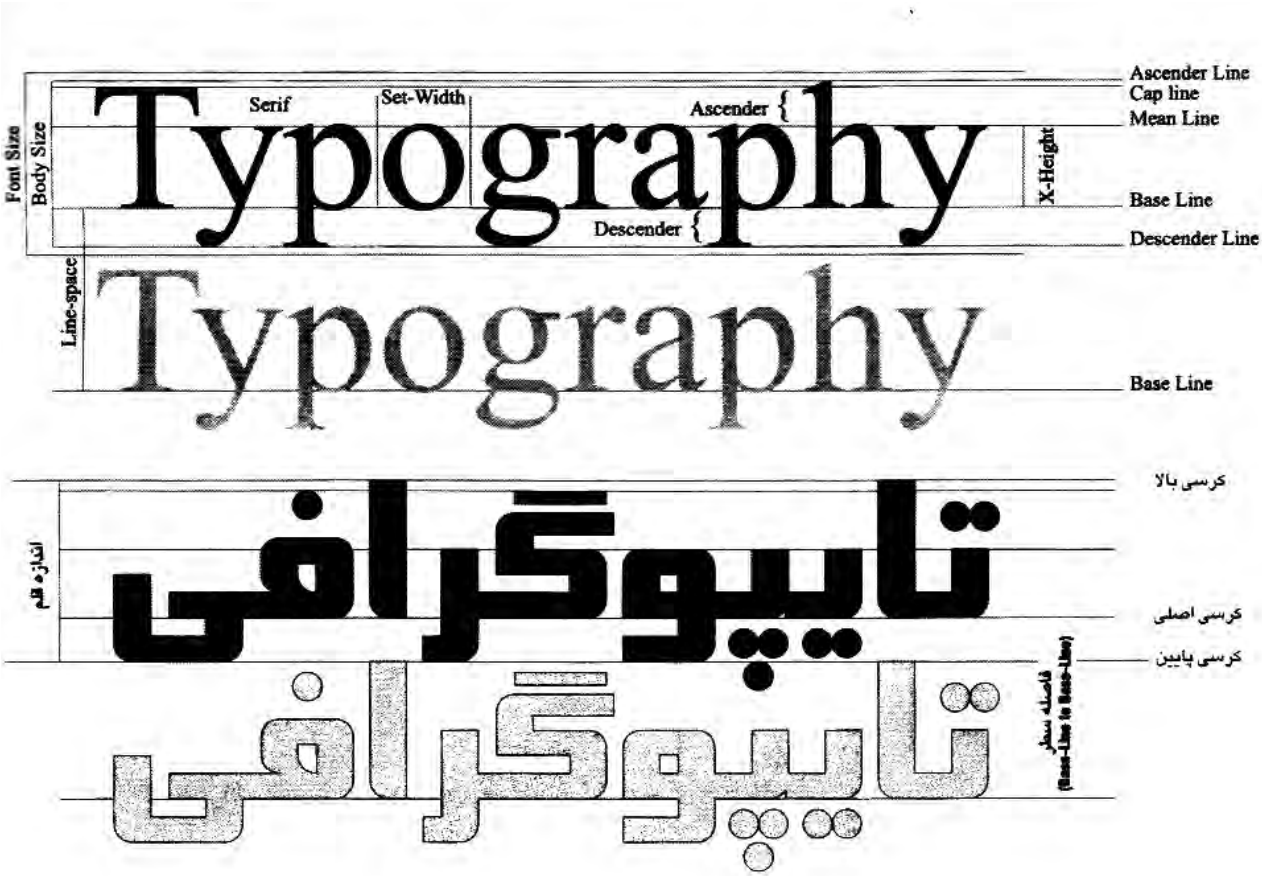
▲ تصویر ۷

غیر از خطوط کرسی[1] یعنی خطی که از زیر دندانه‌های حروف فارسی می‌گذرد (تصویر ۸ و ۹) و خطوطی که اندازهٔ صفحه قبل از برش و بعد از آن را مشخص می‌کنند و خطوط مشخص‌کنندهٔ جای شماره صفحه به سلیقهٔ طراح می‌توان خطوط دیگری را به گرید اضافه کرد؛ مانند خط عمودی تقارن صفحه یا خطی که به صورت عمودی، مقدار تورفتگی سر سطرها را مشخص می‌کند (تصویر ۱۰).

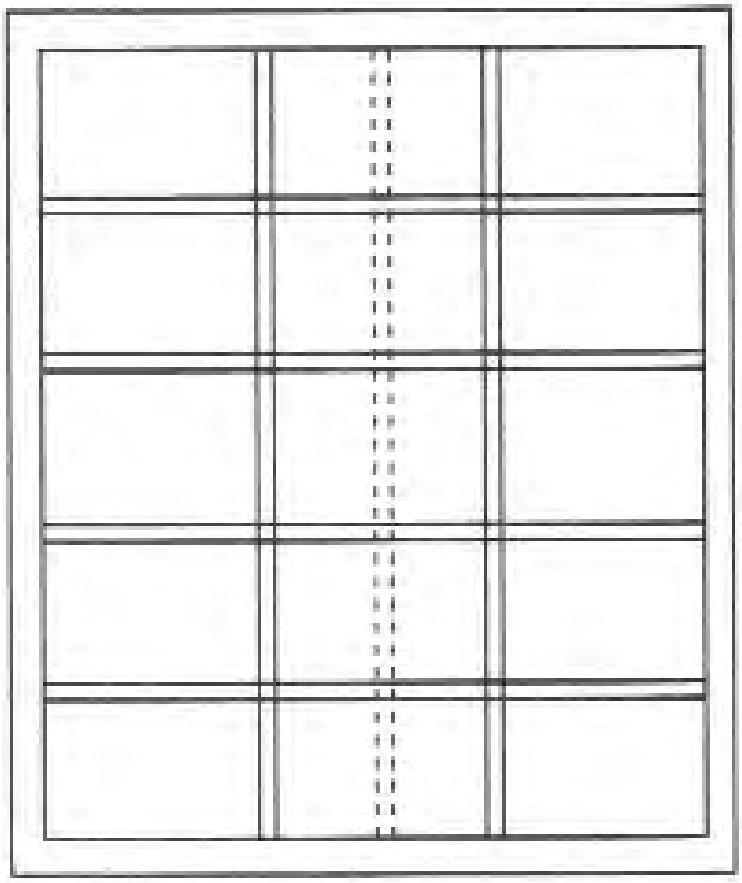
۱. دربارهٔ خط کرسی در کتاب پایه دهم توضیح داده شده است.



▲ تصویر ۸



▲ تصویر ۹



▲ تصویر ۱۰

ویژگی‌های خط فارسی

به‌طور کلی ویژگی‌های عمدهٔ خط فارسی عبارت است از:

- چشمگیر بودن در راستای افقی و برتری آن نسبت به راستاهای دیگر
- پیوستگی در نوشتن
- تنوع منحنی‌ها و نرمش خطوط
- حرکت و ریتم
- هماهنگی در ترکیب‌بندی
- کمک کردن نقطه‌های حروف به ترکیب‌بندی

حروف ضخیم را اصطلاحاً « سیاه[1]» و حروف کم ضخامت را « نازک[2]» می‌نامند. حروف سیاه و نازک، هم ارتفاع هستند و تقریباً یک مساحت را اشغال می‌کنند، اما در داخل حروف سیاه، فضای آزاد کمتری وجود دارد و حفره‌های حروف هم کوچک‌ترند و وزن حروف به‌صورت محسوسی افزایش یافته است. برعکس در حروف نازک، فضای بیشتری در درون و اطراف حروف حس می‌شود و وزن حروف هم سبک‌تر است (تصویر ۱۱ و ۱۲).

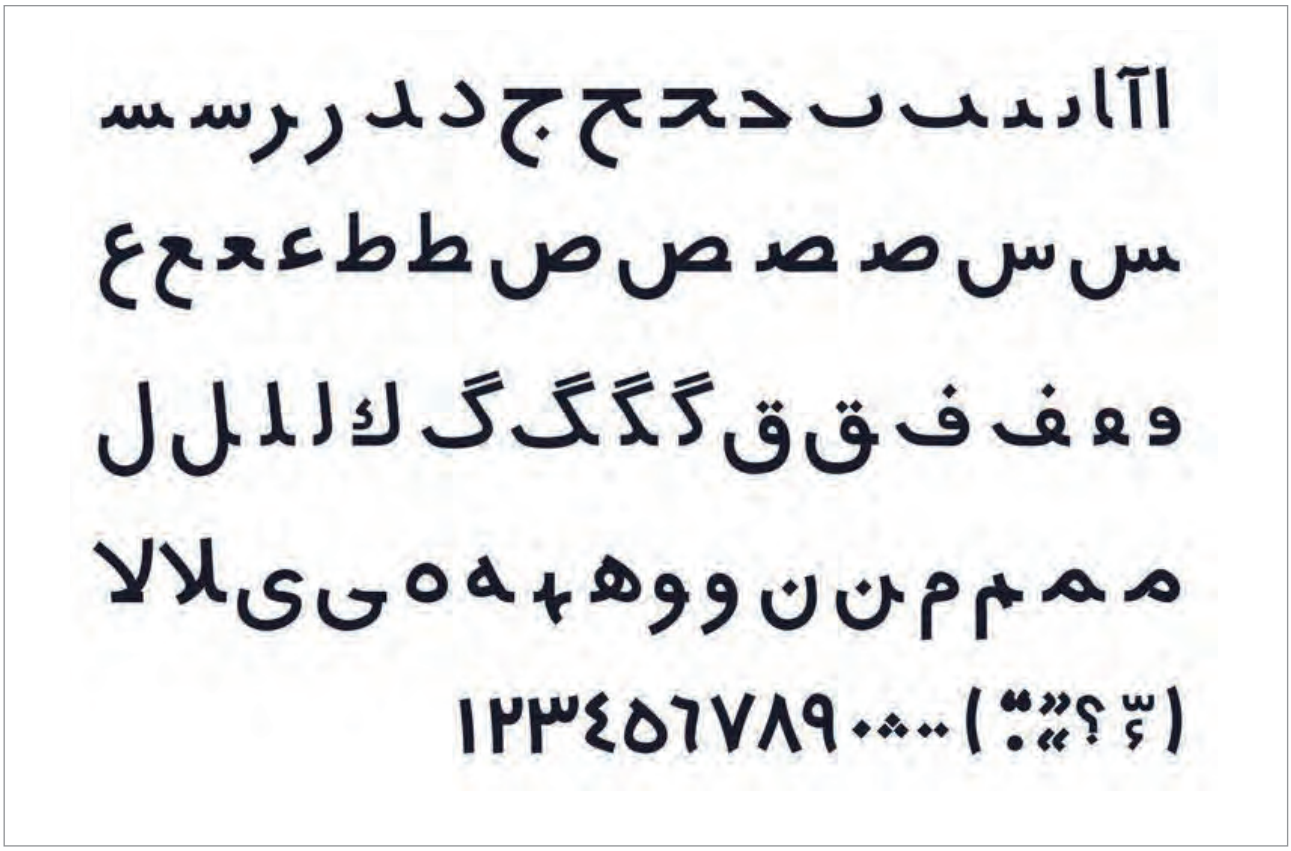
▲ تصویر۱۱

▲ تصویر۱۲

حروف زبان‌های مختلف از نظر چگونگی سنگین شدن و سبکی و تأثیر بصری تفاوت دارند و هر نوع حروفی را نمی‌توان بسیار ریز یا بسیار درشت استفاده کرد. به بیان واضح‌تر قلم‌های چاپی در حدود مشخصی بهترین کارایی را دارند.

چشم خواننده، وقتی حروف را تا حدی از دور نگاه می‌کند یا به آنها دقیق نمی‌شود، یک بافت خاکستری می‌بیند؛ اما اگر چشم به آنها نزدیک و دقیق شود، از نظر بصری فرآیندهای دیگری شکل می‌گیرد؛ برای مثال، هنگام تقاطع دو یا چند خط در یک نقطه، چشم به نقطهٔ تلاقی آنها بیشتر دقت می‌کند و به همین علت در هنگام نگاه کردن به شکل‌هایی مانند مربع و مثلث، چشم از یک رأس به رأس دیگر توجه می‌یابد و مکث می‌کند؛ ولی در نگاه به شکلی مانند دایره نقطهٔ تقاطع یا زاویه‌ای در آن دیده نمی شود و نقطه‌ای به نقطهٔ دیگر ارجحیت ندارد، دچار احساس متفاوتی می‌شود. با این توضیح؛ شخصیت بصری حروف زاویه‌دار با حروف منحنی و بدون زاویه ـ به‌طور مثال نستعلیق ـ بسیار متفاوت است. البته طراحی اغلب فونت‌ها در زبان‌های مختلف، ترکیبی از منحنی‌ها و زوایای حاصل از تقاطع خطوط راست یا منحنی است (تصویر ۱۳).

1. bold
2. light



▲ تصویر ۱۳

پژوهش

سیستم بینایی یکی از حیوانات را مطالعه و تفاوت‌های آن را با بینایی انسان توضیح دهید.نتیجه این پژوهش و یافته های خود را بیان کنید.

تمرین

از یک روزنامه چند نوع از قلم‌های حروف را انتخاب کنید و در دو صفحه روبه‌روی هم ستونی از نوشته‌ها را بچسبانید، برای فاصلهٔ ستون‌ها از یکدیگر و فاصلهٔ ستون‌ها از حاشیه‌ها و همچنین فاصلهٔ سطرها نظم مشخصی را در نظر بگیرید. (این کارها را در نرم‌افزار این‌دیزاین نیز می‌توانید انجام دهید.)

یادآوری

آشنایی با فرم بندی

در صنعت نشر، « فرم [1]» به مجموعهٔ صفحاتی از کتاب یا مجله که در دستگاه چاپ هم‌زمان تکثیر می‌یابد، گفته می‌شود. تعداد صفحات هر فرم، به قطع صفحات و اندازهٔ کاغذ و دستگاه چاپ (که ماشین چاپ دو ورقی است یا سه ورقی یا ...)[2] مربوط می‌شود. فرم در کتاب، می‌تواند ۳۲ صفحه‌ای، ۱۶ صفحه‌ای، ۸ صفحه‌ای باشد ولی اغلب ۱۶ صفحه‌ای است. این واژه در مورد سایر کارهای چاپی هم به کار می‌رود. به‌طور مثال اگر یک برچسب [3] کوچک بیضی شکل برای روی گلویی بطری سس مایونز مورد نیاز است، تعداد زیادی از آن در کنار یکدیگر روی یک فرم چاپی ۷۰×۵۰ یا ۷۰ × ۱۰۰ و یا ۶۰×۹۰ سانتی‌متر چاپ می‌شود و پس از آن برش بیضی‌ها صورت می‌پذیرد.

فعالیت کارگاهی

برای طرح یک برچسب دایره‌ای شکل بر روی کاغذ A۴ (حدود ۲۰×۳۰) فرم‌بندی را اجرا کنید به‌طوری که بیشترین استفاده از کاغذ شده باشد.

پس از ورود صنعت چاپ به ایران، غیر از صحافی کتاب به‌صورت تک جلدی، صحافی به‌صورت سری‌سازی صنعتی نیز مرسوم شد.که با تکامل ابزار و ماشین‌های صحافی، تا امروز ادامه دارد و ضرورت تولید کتاب با استفاده از فرم‌بندی، منتج از صحافی به‌صورت سری‌سازی است.

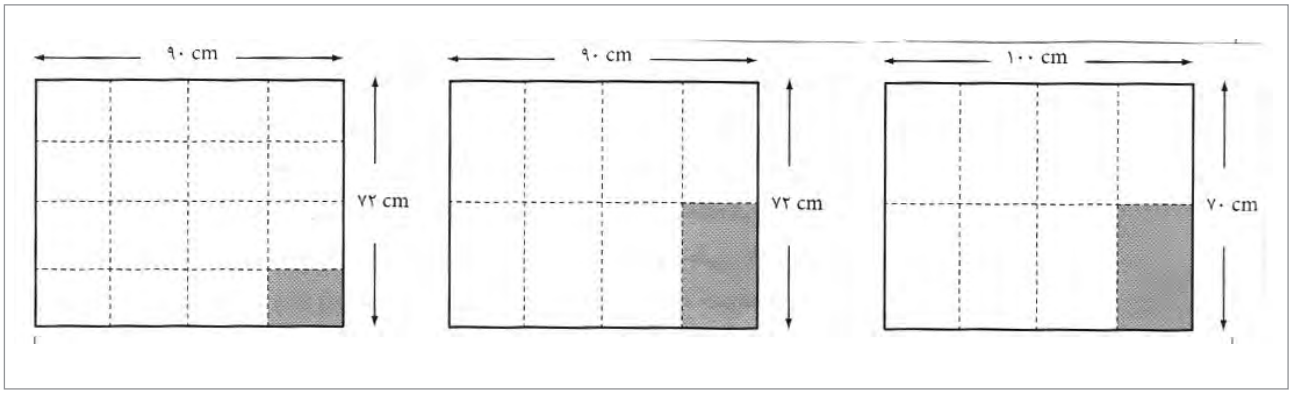
صحافی، شامل مراحل: تا زدن، ترتیب کردن، اتصال صفحات (به روش‌های مفتول وسط، مفتول از بغل، ته‌چسب، ته‌چسب با پرفراژ، ته‌دوخت)، برش کناره‌ها و جلد کردن است.

در صحافی، فرم چاپی باید نخست با دستگاه تازنی، تا بخورد. تصویر ۱۴، دو نمونه فرم ۱۶ صفحه‌ای (۸ صفحه‌رو و ۸ صفحه پشت) و یک فرم ۳۲ صفحه‌ای (۱۶ صفحه رو و ۱۶ صفحه پشت) را نشان می‌دهد.

1. form

۲. در سال گذشته به طور مفصل با این مباحث و انواع دستگاه های چاپ آشنا شده اید .

۳. برچسب یا لیبل (label) غالباً از جنس کاغذ و گاهی مواد نایلونی ، در ابعاد معمولاً کوچک روی انواع بطری ها و گاهی بسته بندی های دیگر چسبانده می شود که محتویات بسته را با تصویر و واژگان و به ندرت فقط واژگان معرفی می کند .برای مثال، برچسب روی بطری اسیدسولفوریک ، فقط با واژگان محتوی را معرفی می کند و برچسب روی شیشهٔ مربای آلبالو ، هم تصویر آلبالو دارد و هم واژگان .



▲ تصویر ۱۴

در فرم‌بندی کتاب، غیر از مواردی ویژه و خاص مانند کتاب‌های بسیار کم صفحه و نازک، معمولاً صفحات قبل از متن را در نیم یا یک فرم جداگانه تنظیم و چاپ می‌کنند و پس از صفحات قبل از متن، متن کتاب از شماره صفحهٔ ۱ به بعد شماره می‌خورد و با صفحات پس از متن، مضرب عدد صحیحی از ۱۶ یا ۸ می‌شود و اگر فرم‌ها هر کدام ۸ صفحه رو و ۸ صفحه پشت باشد، شانزده صفحهٔ اول فرم و شانزده صفحهٔ دوم؛ فرم دوم و شانزده صفحهٔ سوم، فرم سوم می‌شود و همین‌طور تا صفحهٔ آخر کتاب و این فرایند را «فرم‌بندی» می‌گویند.
اکنون برایتان مشخص و روشن شده است که چرا در بعضی کتاب‌ها سه چهار صفحه در پایان کتاب را جا برای یادداشت می‌گذارند؛ این‌ها صفحاتی است که نتوانسته‌اند برای پر کردن فرم آخر کتاب از واژه‌نامه و کتاب‌نامه و ... به گونه‌ای استفاده کنند که صفحه‌ای اضافی باقی نماند.

نکته

۱ـ اگر فرم‌های کتابی شانزده صفحه‌ای باشد، هم در پایان کتاب در صورت لزوم و هم در صفحات قبل از متن، ممکن است از « نیم فرم» یعنی چهار صفحه رو و چهار صفحه پشت هم استفاده شود. در زمان صحافی، کتاب‌هایی که دارای نیم فرم هستند، این نیم فرم، در زمان ترتیب کتاب باید اول و یا آخر کتاب قرار گیرد.
۲ـ در کتاب‌های غیر مصور، تمام فرم‌های چاپی از یک نوع کاغذ هستند و تفاوتی در جنس و وزن کاغذی که فرم‌ها روی آن چاپ شده‌اند، وجود ندارد. ولی چنان که کتاب تعداد اندکی تصویر هم داشته باشد ـ به ویژه تصاویر رنگی ـ ممکن است نیم فرم یا یک فرم یا دو فرم روی کاغذی مرغوب‌تر (به‌طور مثال انواع گلاسه) چاپ تمام تصاویر صورت پذیرد و با فرم‌های دیگر به‌صورت یکجا صحافی شود.

فعالیت گروهی

۱ـ شمارهٔ صفحه تعدادی از کتاب‌ها را به‌دست آورید و سپس تقسیم بر ۱۶ کنید و فرم و نیم فرم را محاسبه کنید.
۲ـ با توجه به ابعاد کاغذهای رایج در ایران که ۷۰×۱۰۰ و ۶۰×۹۰ است و یک سانت اطراف فرم که سطح قابل استفادهٔ چاپ نیست، غیر از قطع‌های نوشته شده در این کتاب، چه قطع دیگری را می‌توانید محاسبه کنید که منطقی باشد؟ دلایل خود را در کلاس ارائه کنید.

پژوهش

درباره انواع قطع های دیگری که نام آن را شنیده اید مانند : جیبی، پالتویی و ... پژوهش کرده و نتایج را همراه با تصویر در کارگاه ارائه کنید.

گرفتن پرینت و ساخت ماکت و ارائه به کارفرما

در نشر روی میزی پس از اجرای کامل صفحات کتاب، نخست یک نسخه توسط چاپگر (پرینتر[1]) از کل صفحات پرینت گرفته می‌شود تا مؤلف، تمام صفحه‌های کتاب را کنترل کند و اگر جابجایی یا غلطی تایپی وجود داشته باشد، روی این نسخهٔ پرینت شده، اعمال کند.
پس از انجام این اصلاحات نهایی، صفحات کتاب با فلش یا ارسال از طریق اینترنت به‌صورت PDF ذخیره شده به لیتوگرافی ارسال می‌شود.
پس از مونتاژ صفحات کتاب و قرار گرفتن هر صفحه در محل مربوط به خودش در فرم، لیتوگرافی یک ماکت نهایی آماده می‌کند که مؤلف کتاب و نیز ناشر، باید آن را تأیید کنند در ماکت نهایی هیچ تغییر جدیدی مجاز نیست و به‌طور کلی در تولید کتاب، مؤلف نباید نسبت به متنی که تألیف کرده است، در جریان تولید کتاب تغییری را اعمال کند.

نکته

چنانچه به هر دلیلی پس از تهیه ماکت، مؤلف یا ناشر بخواهد تغییری ایجاد کند باید هزینه‌های این تغییرات را نیز بپذیرد.

1. printer

صفحه آرایی کتاب‌های مصور

انتخاب قطع مناسب

قطع کتاب‌های مصور همانند کتاب‌های غیرمصور است. کتاب‌های مصور را می‌توان به گروه‌هایی مانند: کتاب‌های کودکان، کتاب‌های درسی دبستانی، دبیرستانی و دانشگاهی، آلبوم‌های معرفی آثار یک هنرمند، آلبوم عکس‌هایی با موضوع مشخص(جاذبه‌های گردشگری یک منطقه یا کشور خاص، تصاویر غروب آفتاب، پرندگان یک منطقهٔ خاص، صنایع دستی یک منطقه، ...)، اطلس‌های جغرافیایی، معرفی یک معمار یا نقاش یا مجسمه‌ساز با تصاویر آثارش و مانند آن تقسیم کرد.

در مورد کتاب‌های کودکان که مصور بودن آنها بدیهی است، قطع بزرگ وقتی مناسب است که صفحات کتاب اندک باشد؛ در غیر اینصورت جابجا کردن کتاب‌های بزرگ برای کودکان آسان نیست. منطق خاصی وجود ندارد که قطع کتاب‌های کودکان خشتی باشد، یعنی مربع یا حدوداً مربع [1] (تصویر ۱۵).

▲ تصویر ۱۵

۱. در ایران کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که در دههٔ چهل شمسی تاسیس شد، از آغاز برای آنکه از سایر ناشران کودک متمایز باشد، قطع خشتی را برای کتاب هایش به کاربرد و چون ناشر موفقی بود، بسیاری از تولیدکنندگان کتاب کودک، قطع خشتی را برای کتاب های خود انتخاب کردند که این عملکرد تا امروز ادامه دارد.

نکته

آلبوم‌های معرفی یک هنرمند عکاس یا جاذبه‌های گردشگری یا تصاویری با موضوع مشخص معمولاً در قطع رحلی یا رحلی بزرگ و به ندرت قطع‌های خشتی بزرگ و همه روی کاغذ گلاسه منتشر می‌شوند و در هر حال به علت گرانی قیمت کاغذهای گلاسه، دورریز نباید داشته باشند.

در اطلس‌های جغرافیایی هم قطع‌های بزرگ به کار گرفته می‌شود و از قطع رحلی کوچک‌تر نیستند که در دو صفحهٔ مقابل هم بتوان نقشه را به گونه‌ای ارائه کرد که کلمات داخل آن خوانا باشند.

نکته

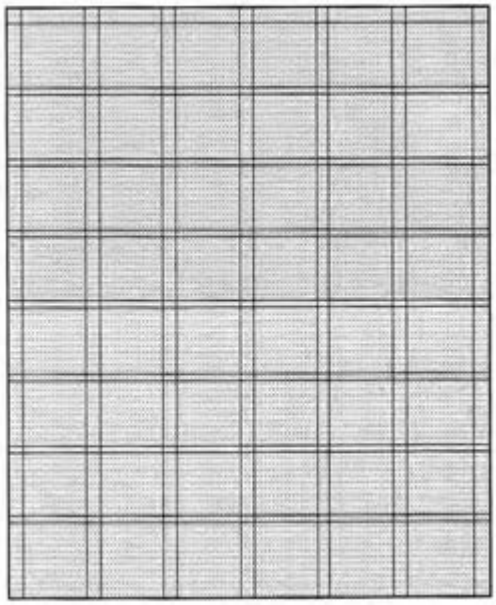
۱ـ مناسب‌ترین قطع در کتاب‌های تصویری که اندازهٔ تصاویر در آنها بزرگ است (معرفی آثار هنرمندان، پیشکسوتان هنری و ...) قطع رحلی، رحلی بزرگ و خشتی است اما در مواردی که لزومی بر ارائهٔ تصاویر در اندازه‌های بزرگ نیست، قطع‌های رقعی و وزیری هم منطقی و مناسب هستند.
۲ـ قطع و نوع کاغذ مصرفی ارتباط مستقیم با سرمایه‌گذاری ناشر و نویسندهٔ آثار دارد.

فعالیت کارگاهی

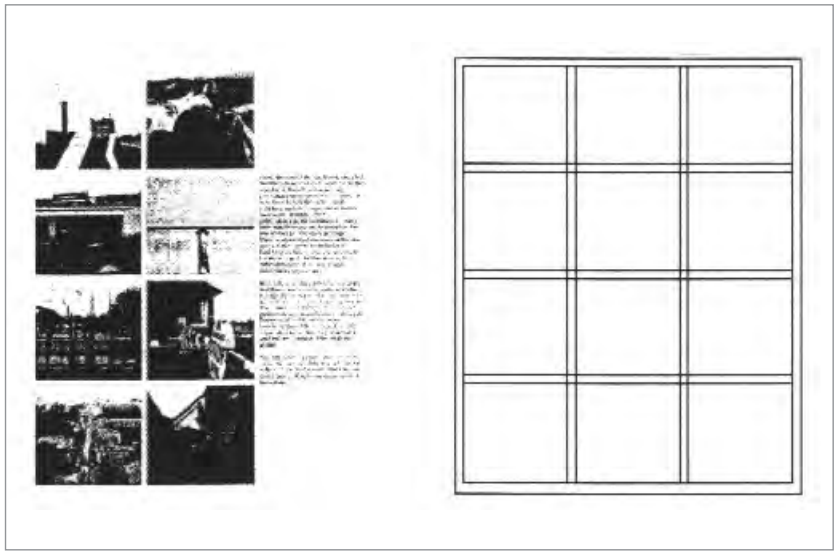
برای کتابی که راهنمای عملی پخت غذاهای مختلف است، چه قطع یا قطع‌هایی مناسب‌تر است؟ (توضیح دهید.) صحافی و جنس جلد و صفحات این کتاب چگونه باشد (برای پاسخ دادن، توجه داشته باشید که آنچه تاکنون برای این منظور در ایران انجام شده، لزوماً درست‌ترین نبوده است).

طراحی گرید

در گرید یک متن بدون تصویر یا کم تصویر، فقط رسم خطوط افقی کرسی و خطوط عمودی ابتدا و انتهای سطرها کافی است و حتی ضخامت حاشیه‌ها را اگر در گرید مشخص نکنند، مشکلی پیش نمی‌آید؛ اما در صفحه‌آرایی یک کتاب درسی مصور ـ مثلاً فارسی اول دبستان ـ غیر از خطوط افقی، به تعدادی خطوط عمودی نیاز است که تصاویر کوچکی که در یک صفحه قرار می‌گیرند، روابط منظم و ارتباطات لازم بصری را داشته باشند. در این مثال گرید می‌تواند یک شبکهٔ شطرنجی باشد که هر واحد آن به طور مثال ۱/۵ سانتی‌متر در ۱/۵ سانتی‌متر است که بتوان تصاویر کوچک هر صفحه و کلمات خطاطی شده را در وضعیت مناسب قرار داد و در جای خود چسبانید (تصویر ۱۶).
گرید آلبوم‌های عکس حتماً به صورت دو صفحهٔ مقابل هم باید طراحی شود که هنگام صفحه‌آرایی بتوان روابط خطوط و رنگ‌ها را در دو صفحه با هم دید و مانند یک تابلو نقاشی، تمام دو صفحهٔ مقابل را با هم طراحی کرد و در مورد اندازهٔ تصاویر و چگونگی استقرار آنها تصمیم گرفت.

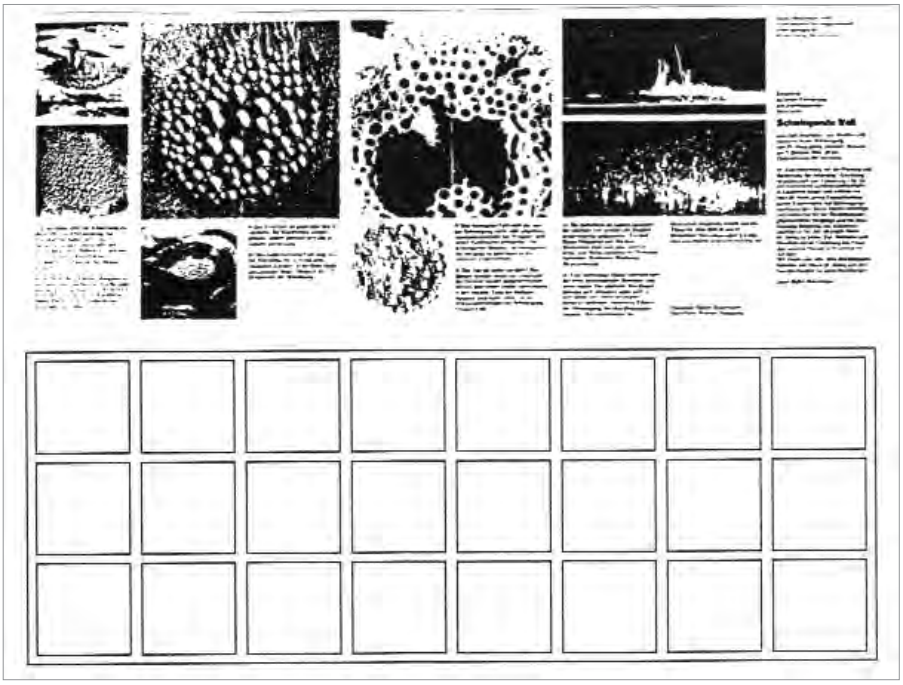


◀ تصویر ۱۶

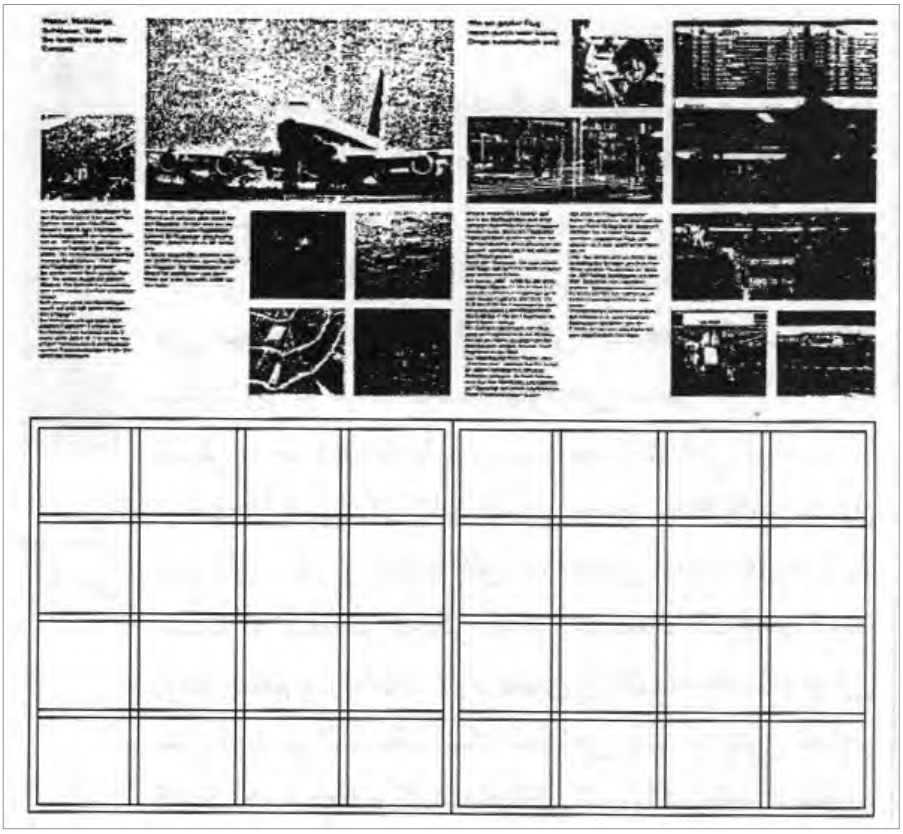


▲ تصویر ۱۷

از شیوه‌های طراحی گرید که برای صفحه‌آرایی آلبوم‌های عکس می‌توان از آن استفاده کرد، روش تقسیم صفحه به واحدهای یک اندازه و حتی‌الامکان مربع شکل است تصویر ۱۷. در این روش پس از در نظر گرفتن حاشیه‌های لازم برای صفحه، بقیهٔ صفحه باید به تعدادی مربع تقسیم شود که سطح شطرنجی حاصل، اساس صفحه‌آرایی می‌شود و هر عکس هنگام صفحه‌آرایی باید تعدادی از این مربع‌ها را به طور کامل اشغال کند. تصویر ۱۸، نمونه‌ای از این نوع گرید را نشان می‌دهد. به این دلیل تقسیمات با دو خط موازی رسم شده است که فاصلهٔ این دو خط موازی، فاصلهٔ مطلوب ذهن طراح برای تصاویر از یکدیگر است و البته اگر آلبوم عکس، مطالبی به صورت متن هم



▲ تصویر ۱۸



▲ تصویر ۱۹

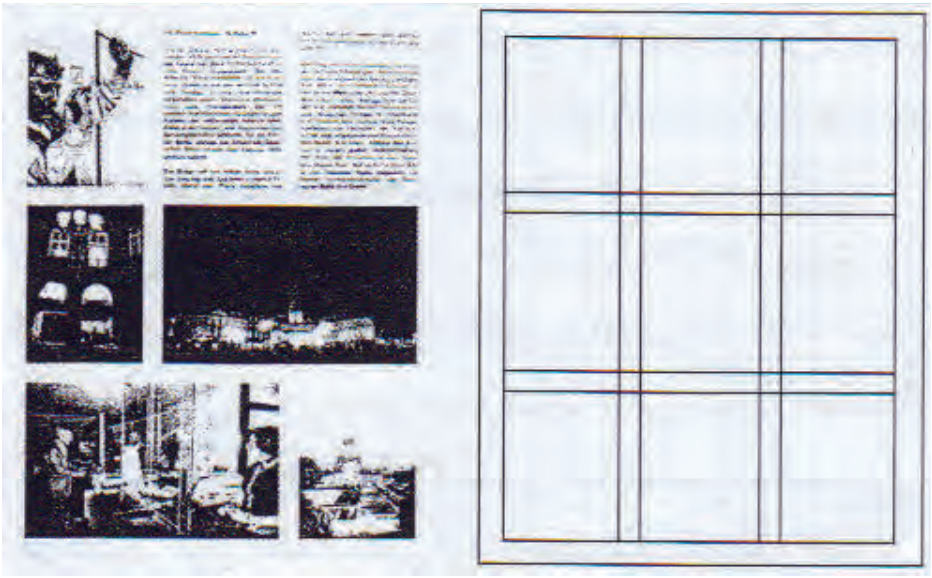
داشته باشد، در طول تعداد مشخصی از این واحدها باید طول سطر داشته باشد؛ به بیان دیگر، طول سطر مطلب، مضرب عدد صحیحی از هر واحد باشد. در این شکل، علاوه بر گرید دو صفحهٔ مقابل هم، صفحه‌آرایی طراح بر اساس آن هم در دو صفحهٔ مقابل هم نشان داده می‌شود.

در این روش تعداد مربع‌ها در حد امکان زیاد گرفته نمی‌شود؛ اما اگر بیشتر تصاویر آلبوم عکس به گونه‌ای باشد که حذف قسمتی از هر تصویر امکان‌پذیر نباشد، در این صورت باید تعداد تقسیمات صفحه را زیاد کرد تا امکان انتخاب سطح مناسب برای هر تصویر بدون آنکه قسمتی از آن حذف شود، افزایش یابد.

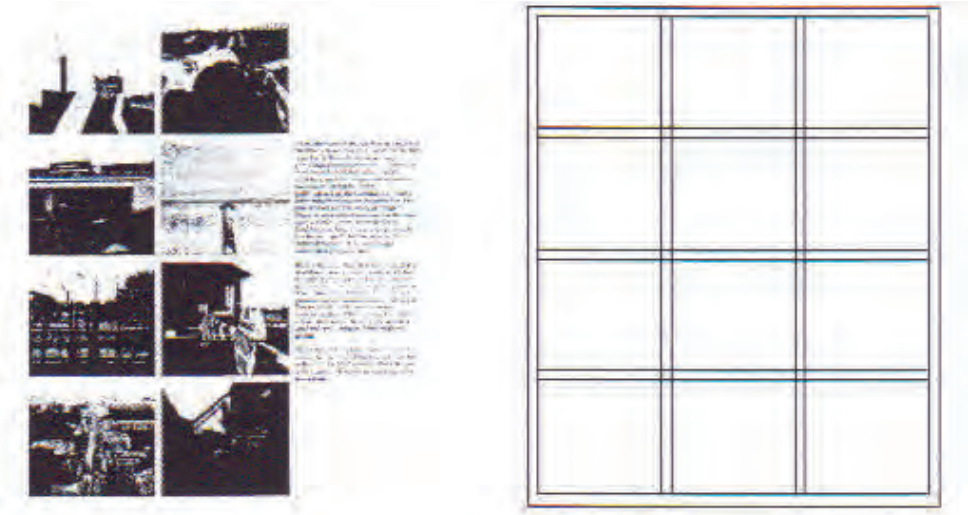
تصویر ۱۹ نمونهٔ دیگری از این نوع گرید و دو صفحهٔ مقابل هم را که با آن صفحه‌آرایی شده است، نشان می‌دهد. در این روش طراحی گرید، البته اگر واحدهای تقسیم‌شده به شکل مربع باشند، امکانات مناسب‌تری برای صفحه‌آرایی حاصل می‌شود. مربع در ترکیب‌بندی صفحه به سهولت جا می‌افتد و مشکلی ایجاد نمی‌کند و حالت واحد سطح را دارد. اما در این روش اگر واحدهای تقسیم شده مستطیل افقی یا مستطیل عمودی هم باشند، عملکرد لازم را دارند و حتی در مواردی این واحدها ممکن است متوازی‌الاضلاع یا لوزی باشند (تصویر ۲۰).

▲ تصویر ۲۰

تصویر ۲۱ و تصویر ۲۲، نمونه‌هایی از گرید آلبوم عکس یا کتاب‌های مصور با واحدهای مستطیل شکل را نشان می‌دهد که در آنها یک صفحهٔ آرایش یافته با گرید مربوط به آن، نمایش داده شده است.



▲ تصویر۲۱



▲ تصویر۲۲

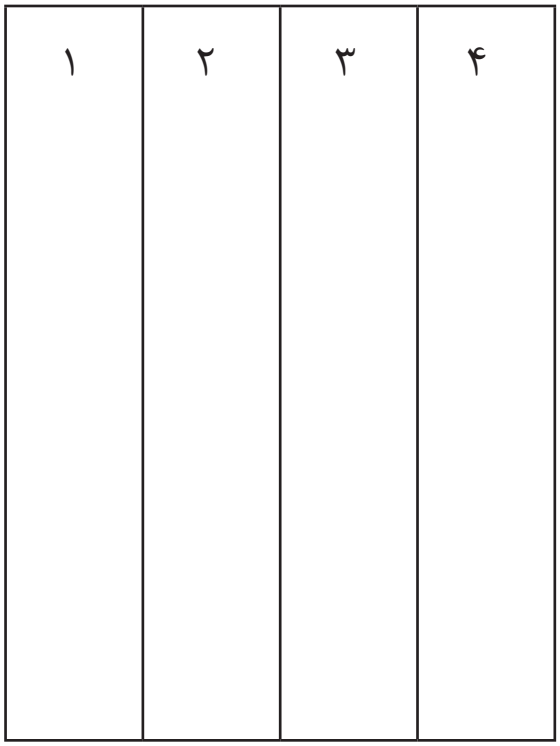
نکته

روش‌های دیگری هم برای صفحه آرایی آلبوم عکس وجود دارد و در هر حال نباید آن را بدون گرید صفحه‌آرایی کرد؛ زیرا گرید ـ حتی اگر بسیار آزادانه و خلاقانه باشد ـ وحدت و هماهنگی صفحات را سبب می‌شود و یکپارچگی کل مجموعه را حفظ می‌کند.

در تمام روش‌ها، تعیین حاشیه‌ها یعنی فاصلهٔ سطح مفید صفحه از عطف معمولاً و منطقاً باید از سه فاصلهٔ دیگر کمتر باشد، زیرا از این چهار فاصله، فقط همین فاصله کنار خودش در صفحهٔ مقابل تکرار می‌شود و غیر از آن ضروری است که تصاویر و نوشته‌ها ـ وقتی خواننده به دو صفحهٔ مقابل هم می‌نگرد ـ از محیط اطراف کتاب به اندازهٔ کافی جدا باشد.

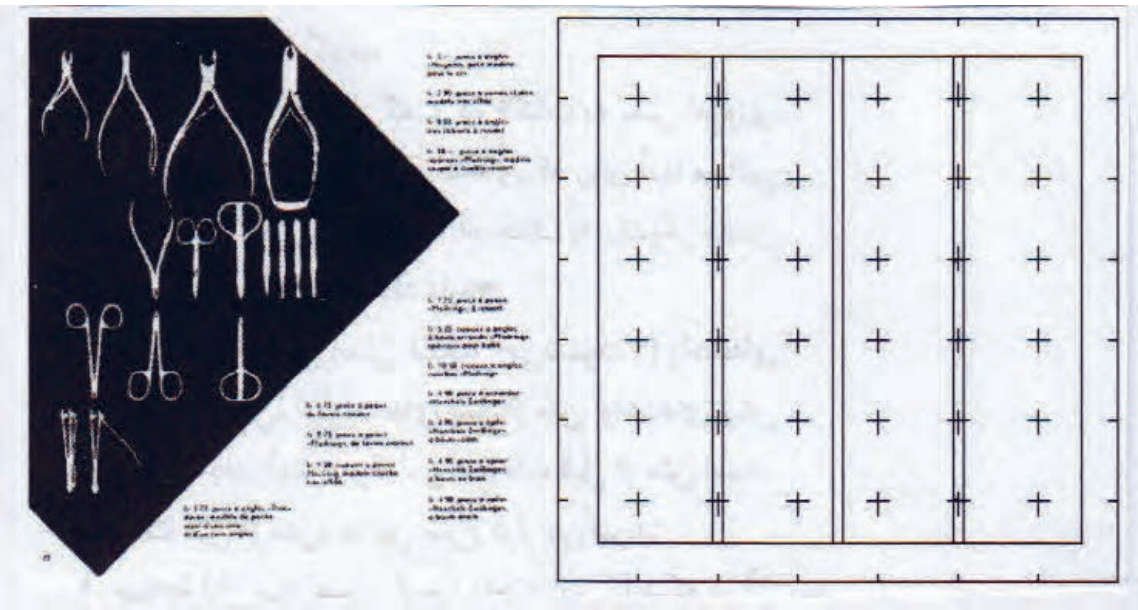
پس از تعیین چهار حاشیه، یکی دیگر از روش‌های طراحی گرید آلبوم عکس یا کتاب‌هایی که تصاویر بسیار دارند، تقسیم سطح (غیر از حاشیه‌های صفحه) به چهار فاصله مساوی است (تصویر ۲۳) و می‌توان مانند روش قبل،فاصله تصاویر از یکدیگر را هم در نظر گرفت و خطوط عمود را به صورت دو خط موازی با فاصلهٔ نیم میلی‌متر تا حدود چهار یا پنج میلی‌متر رسم کرد.

در این شیوه دو خط راست و چپ تصاویر، حتماً باید روی یکی از خطوط گرید قرار گیرد و بالا و پایین آنها محدودیتی ندارد. البته طراح، علاوه بر آن که پهلوهای تصاویر را روی یکی از خطوط گرید قرار می‌دهد، سعی می‌کند ترکیب‌بندی کلی صفحه موزون و مناسب باشد.



▲ تصویر ۲۳

در این نوع گرید، اگر ضروری باشد، می‌توان علامت‌های دیگری نیز با گرید ترکیب کرد که کارایی مشخصی داشته باشد؛ مانند تصویر ۲۴ که یک شبکهٔ مربع شکل به تقسیمات اضافه شده است.



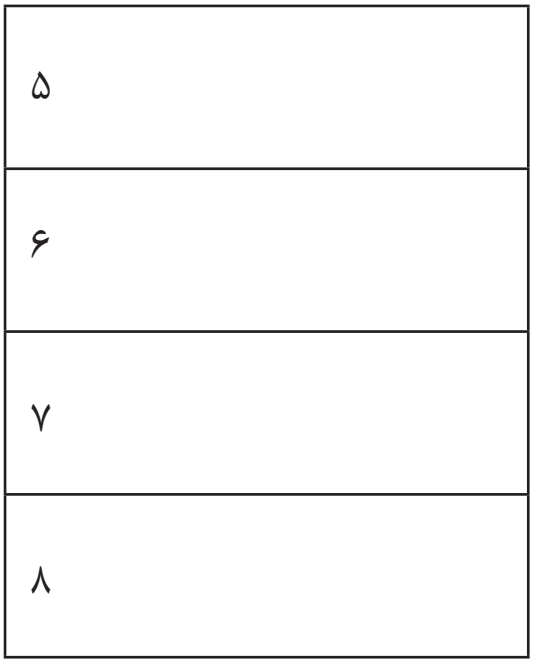
▲ تصویر۲۴

اگر تقسیمات تصویر ۲۳ به صورت افقی صورت پذیرد، یعنی ارتفاع صفحه به چهار قسمت تقسیم شود (تصویر۲۵) به گریدی می‌توان رسید که همان امکانات را دارد؛ با این تفاوت که بالا و پایین تصاویر روی خطوط گرید قرار می‌گیرد و پهلوها آزاد است (تصویر ۲۵).

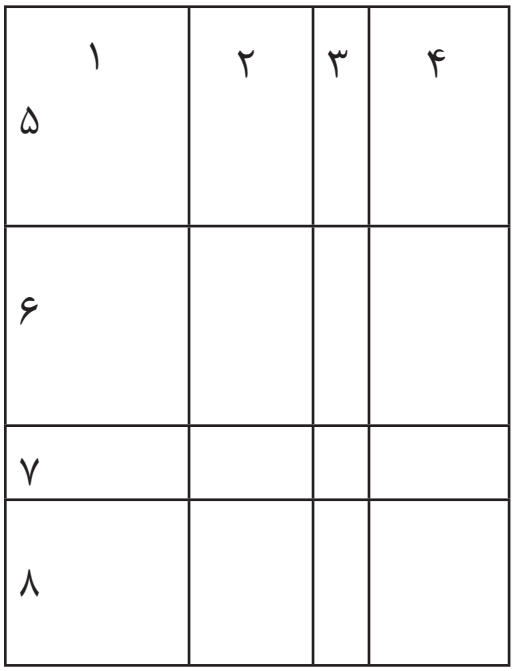
در واقع می‌توان گفت که گرید مدولار[1] که در آن خانه‌ها مربع یا مستطیل است، حاصل ترکیب این دو روش طراحی گرید است و از هر سه روش برای صفحه‌آرایی صفحات مصور می‌توان استفاده کرد.

در تصویر ۲۶ روش چهارمی نشان داده شده که در آن خطوط عمودی یا به صورت اتفاقی انتخاب می‌شوند و یا می‌توانند روابط ریاضی داشته باشند؛ به‌طور مثال همه مضرب صحیح عدد مشخصی انتخاب شوند. هنگام صفحه‌آرایی راست و چپ تصاویر باید روی خطوط گرید قرار بگیرند.

۱. گرید مدولار که در آن خانه ها مربع یا مستطیل است، حاصل ترکیب ستون های عمودی و افقی گرید بوده و برای صفحه آرایی صفحات مصور می‌توان استفاده کرد.



▲ تصویر۲۵



▲ تصویر۲۶

بدیهی است که این روش را می‌توان به‌صورت رسم خطوط افقی در گرید هم انجام داد که بالا و پایین تصاویر روی خطوط گرید واقع شوند و طراح با چپ و راست تصاویر، آزادانه تصمیم بگیرد.

فعالیت کلاسی

با آنچه گفته شد، اکنون می‌توانید گریدهای متنوعی که در این صفحات به آنها اشاره نشده است، برای یک کتاب مصور یا آلبوم عکس پیشنهاد کنید. طرح گرید خود را بر روی تابلو یا دیوار کارگاه به نمایش گذاشته و دربارهٔ آن توضیح دهید.

کتاب‌های علمی مصور که تصاویر زیادی داشته باشند، معمولاً گریدی مشابه تصویر ۲۷ دارند که در آن ستون بزرگ‌تر به حروف متن اختصاص دارد و ستون باریک برای تصاویر کوچک و شرحی است که ممکن است در زیر این تصاویر کوچک قرار داده شود. در صفحه‌آرایی این نوع کتاب‌ها، در مواردی که تصویر بزرگ باشد، از قسمت حروف هم برای استقرار تصاویر استفاده می‌توان کرد ولی توضیح مرتبط با تصویر در حد امکان در ستون باریک بیاید. ستون پهن مربوط به متن در تمام صفحات کتاب، غیر از صفحهٔ پایان هر فصل پر می‌شود ولی ستون باریک که تصاویر و شرح آنها را شامل می‌شود، لزومی نیست که پر شود و در برخی صفحات ممکن است خالی و بدون تصویر باشد.

▲ تصویر ۲۷-۱

▲ تصویر ۲۷-۲

شیوه‌های قرار دادن تصاویر

شیوهٔ «تعامل بصری» یکی از روش‌هایی است که در چیدمان تصاویر از آن استفاده می‌شود. چشم انسان تمایل دارد وقتی یک راستا که از یک نقطه شروع شده و در نقطهٔ دیگری به پایان رسیده است، دوباره در همان راستا ادامه یابد. این ویژگی در چیدمان تصاویر مؤثر است. پنجره‌های یک ساختمان بر همین مبنا، پایین و بالایشان در یک امتداد قرار دارد، تکمه‌های کیبورد یا گوشی تلفن همراه و مانند اینها بر مبنای همین خاصیت استقرار دارند و در طراحی شکل ظاهری لوازم منزل و تجهیزات اداری و به طور کلی لوازم زندگی این پدیده قابل رؤیت است، که راستایی قطع می‌شود و دوباره در همان جهت ادامه می‌یابد. در تصویر ۲۸ که نمونه‌ای از تعامل بصری را نشان می‌دهد، پایین و بالای تصویر سمت راست و تصویر سمت چپ در بالای صفحه، در یک امتداد هستند و محل قرارگیری هر تصویر بر تصویر دیگر، عملکرد مناسبی دارد و به همین جهت به این فرایند، تعامل بصری گفته می‌شود.

بدیهی هست که تعامل بصری را هم می‌توان در جهت افقی برقرار کرد و هم در جهت عمودی و هم در راستاهای مایل؛ ولی در صفحه‌آرایی کتاب‌های مصور، چون یک هدف مهم ارتباط دو صفحه مقابل از نظر بصری با یکدیگر است، جهت افقی کاربرد بیشتری دارد.

شیوهٔ دیگری که در کتاب‌های مصور و نیز مجلات برای استقرار عکس‌ها می‌توان به کاربرد، ایجاد بلوک[1]، یعنی مجموعه‌ای از تصاویر که بر روی هم مربع یا مستطیلی را به وجود آورده‌اند، است. تصویرهای ۲۸، ۲۹ و ۳۰ نمونه‌هایی از این شیوه را نشان می‌دهد. در این شیوه هم در صورت تمایل، بخشی از بلوک را می‌توان در صفحهٔ سمت چپ قرار داد که سبب اتصال دو صفحه به یکدیگر شود.

▲ تصویر ۲۸

▲ تصویر ۲۹

▲ تصویر ۳۰

فعالیت کارگاهی

۱ـ نمونه‌های تصویری از مدل‌های متفاوت لی‌آوت کتاب‌ها و مجلات پیدا کنید و در کلاس یا کارگاه آنها را ارائه کرده و دربارهٔ هر یک گفت‌وگو کنید.

۲ـ نمونه‌های دیگری از ایجاد بلوک توسط تصاویر یا عناصر بصری را در آثار گرافیک جمع آوری کنید . در کلاس به مشاهده و بحث با حضور هنرآموز بگذارید.

نکته

در بلوک‌هایی که در یک کتاب مصور استفاده می‌شود، ترجیح دارد که فاصلهٔ تصاویر، یکسان باشد و معمولاً این فاصله حدود یک یا پنج میلی‌متر است.

1. block

روش دیگری که برای چیدمان تصاویر می‌توان نام برد، استفاده از محور افقی و عمودی عمود بر هم می‌باشد. در تصویر ۳۱، راستای افقی حاصل شده از تصاویر با ستون‌های حروف که راستای عمودی را تداعی می‌کنند، نمونه‌ای از این روش مشاهده می‌شود و همین طور تصویرهای ۳۲ و ۳۳.

▲ تصویر۳۱

▲ تصویر۳۲

▲ تصویر۳۳

در هنر نگارگری ایران هم از این شیوهٔ ترکیب‌بندی بسیار استفاده شده است و به‌ویژه در نقاشی‌های درباری زمان فتحعلی‌شاه قاجار که به مکتب زند و قاجار یا نگارگری درباری شهرت دارند، در غالب نگاره‌ها یک شکل عمودی ـ به‌طور مثال اندام ایستادهٔ یک شاهزاده ـ مشاهده می‌شود که نقاش در پشت او در زمینه، یک نردهٔ افقی قرار داده که در این مثال، اندام ایستاده، محور افقی است (تصویر ۳۴).

راستاهای اصلی و مهم داخل تصاویر، به‌ویژه تصاویری که در اندازهٔ بزرگی ارائه شده‌اند هم در استقرار تصاویر و چگونگی تصمیم‌گیری صفحه‌آرا در تعیین جا برای آنها دخالت دارند. به طور مثال در تصویر ۳۵، خط بالای سه تصویر سمت چپ با خط بالای بام ساختمان در سمت راست در یک راستاست و تعامل بصری چشم‌نوازی را ایجاد کرده است.

◀ تصویر۳۴

در قرار دادن عکس‌ها، گاهی برای دستیابی به انسجام بیشتر، بخشی از یک عکس روی عکسی دیگر قرار داده می‌شود، مشروط بر آن که در قسمتی از عکس زیری که روی آن بخشی از عکس رویی قرار گرفته است، سوژه مهمی نباشد و از دست دادن آن قسمت از عکس، صدمه نزند و اهمیتی نداشته باشد. (تصویرهای ۳۶ و ۳۷).

▲ تصویر ۳۵

▲ تصویر ۳۶

▲ تصویر ۳۷

در کتاب‌های مصور، به ویژه کتاب‌های کودکان، گاهی عکس یا تصویر نقاشی شده، اصطلاحاً با حروف متن بافته می‌شوند؛ یعنی بخشی از عکس یا تصویر داخل متن می‌آید که در این حالت اولاً باید به حروف بچسبد و ثانیاً بخشی از ستون متن که در کنار عکس یا تصویر باقی می‌ماند، در هر سطر کمتر از چهار کلمه[1] نداشته باشد.
شکل ظاهری و تصویرسازی و صفحه‌آرایی کتاب کودک در زمینهٔ ادبیات کودکان نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. زیرا کودک باید کتاب را حس کند و با آن ارتباط برقرار کند و کتاب را مانند عروسک یا اسباب‌بازی خود بداند و با آن احساس آشنایی و صمیمیت داشته باشد.

نکته

دنیای کودک، دنیای خیال و قصه است و راه‌حل‌های کودک برای کارهایش بر مبنای تخیل شکل می‌گیرد. شناخت این دنیا برای طراح و تصویرگر نویسندهٔ کتاب کودک، ضروری است.

بافته شدن عکس یا تصویر نقاشی شده با متن در کتاب‌های ویژهٔ کودکان، با این هدف است که از خشکی و بیش از حد جدی بودن بیان بصری، کاسته شود و برای مخاطب خردسال مناسب باشد (تصویر ۳۸ تا ۴۱).

▲ تصویر ۳۸

۱. در این معیار که بر اثر تجربه به‌دست آمده و در منابع مختلفی درج شده است، تا، و، از، با، که و مانند این‌ها کلمه محسوب نمی‌شوند؛ بلکه از سه حرف به بالا کلمه است: بود، شود، رفت و ... .

تصویر ۳۹

تصویر ۴۰

تصویر ۴۱

تمرین

برای دو صفحه روبه‌روی هم یک کتاب کودک ، صفحه آرایی کنید به‌طوریکه عکس یا تصاویر نقاشی شده بامتن داستان تلفیق شده باشد.

گرفتن پرینت و ساخت ماکت و ارائه به کارفرما

آنچه در بخش اول در قسمتی با همین عنوان ارائه شد، در مورد کتاب‌های مصور هم صدق می‌کند، با این تفاوت که در کتاب‌های مصور ـ در نسخه‌ای که بعد از صفحه‌آرایی به‌عنوان ماکت ساخته می‌شود ـ نکته‌هایی مانند: قرارگیری صحیح تصاویر نسبت به متن و صفحه‌ای که در آن قرار گرفته‌اند، فاصلهٔ یکسان تصاویر از یکدیگر در سراسر کتاب، ویرایش مناسب عکس‌ها، فاصلهٔ ثابت شماره و شرح عکس‌ها، ... هم باید کنترل شود.
اکنون این ماکت را طراح گرافیک بعد از پایان کامل صفحه‌آرایی باید آماده کند و همراه فایل کل صفحه‌آرایی کتاب به لیتوگرافی بفرستد. البته قبل از ارسال به لیتوگرافی، مؤلف و مدیر تولید در مؤسسه نشر هم با این ماکت حاصل کار طراح گرافیک کتاب را مشاهده و کنترل می‌کنند و مرسوم است که تایید خود را کتباً روی این ماکت بنویسند و امضا کنند.
اگر در این نسخهٔ ماکت کتاب که توسط طراح گرافیک آماده شده، اشکالات یا خطاهایی موجود باشد، در این کنترل مشخص می‌شود و طراح گرافیک نخست با دقت این نواقص را برطرف می‌کند و سپس یک ماکت بدون نقص و تایید نهایی شده را به لیتوگرافی می‌فرستد.
طراح گرافیک برای ساخت ماکت یا باید از پرینت پشت و روی کاغذ استفاده کند و یا یک روی کاغذ پرینت شود و با چسب مناسب ـ ترجیحاً چسب‌های موسوم به ماتیکی ـ دو پرینت جداگانه پشت و رو را به یکدیگر بچسباند.
پس از اتصال صفحات به یکدیگر، غیر از شیرازه یا عطف، کنارهٔ سه طرف دیگر ماکت با دستگاه برش کاغذ (در صورتی که در دسترس باشد) و یا تیغ برش و خط‌کش فلزی بریده شود که شکل ظاهری ماکت، موزون باشد.
اگر طرح جلد کتاب، آماده شده باشد، پرینت آن نیز روی مجموعهٔ صفحات چسبانده می‌شود؛ وگرنه یک کاغذ سفید سراسری را باید روی جلد و عطف و پشت جلد چسبانید و دقت کرد که این کاغذ در منطقهٔ عطف، دو زاویهٔ قائمه شکیل و مرتب ایجاد کند و حالت مدور یا چروک خورده نداشته باشد که به کمک یک خط کش یا گونیا، ایجاد یک خط تای مناسب و دو زاویهٔ قائمه در عطف میسر می‌شود.

انعقاد قرارداد انجام کار و جنبه‌های حقوقی

در امور طراحی و آماده‌سازی کتاب، یک طرف توافق یا قرارداد، طراح گرافیک است که مواردی کل امور گرافیک کتاب شامل طرح جلد و صفحه‌آرایی و طراحی شکل‌ها و نمودارها و تصویرسازی (اگر داشته باشد)، توسط یک فرد صورت می‌گیرد و در موارد دیگری ممکن است هر یک از این خدمات توسط فرد جداگانه‌ای انجام شود.
در هر حال شک نیست که اگر حجم کار، کم باشد، ممکن است قبل از انجام کار، حق‌الزحمه به‌صورت توافقی تعیین شود و قراردادی انعقاد نیابد؛ ولی در حجم کارهایی که اندک نیست، انعقاد قرارداد ضرورت دارد.
تعرفهٔ انجمن صنفی طراحان گرافیک در مورد کارهای مربوط به گرافیک یک کتاب، هر ساله حق‌الزحمه‌هایی

را پیش‌بینی کرده است. در زمان انتشار این کتاب، آخرین تعرفه که مربوط به سال ۱۳۹۶ است، برای هر یک از خدمات گرافیک مرتبط با کتاب، حق‌الزحمه‌هایی پیش‌بینی کرده که بدیهی است حق‌الزحمهٔ تمام کارهای هنری، بین مجری و کارفرما به‌صورت توافقی تعیین می‌شود ولی این تعرفه در هر حال برای هر دو طرف یعنی هم مجری و هم کارفرما ـ می‌تواند یاری‌دهنده و موثر در اتخاذ تصمیم مقتضی برای حق‌الزحمه باشد.

آشنایی با شرکت در جلسات کارفرما و طراح

در نخستین جلسه و ملاقاتی که بین کارفرما و طراح رخ می‌دهد ـ غیر از حالتی که کارفرما آشنایی کافی از گذشته با طراح و کیفیت کار او دارد ـ طراح باید توانایی‌های طراحی خود را به کارفرما معرفی کند و نشان دهد. یعنی در مورد گرافیک کتاب و کارهای گوناگون و تجربیات مختلفی که داشته است، منتخبی از موفق‌ترین آنها را در این دیدار نخست، به کارفرما ارائه کند که اعتماد او جلب شود. در شرایطی که طراح حس می‌کند تجربه و توان انجام سفارش را داراست ولی نمونه کار موفقی در آن مورد ندارد، ارجح است از نمونه کارها و آثار گرافیکی خود که تا حدودی به موضوع مربوط می‌شود را در این جلسه همراه داشته باشد و کارفرما رؤیت کند.
نمونه‌های کار، ترجیحاً چاپ شده و به صورت کتاب صحافی شدهٔ منتشر شده باشند، مگر آنکه طراح تشخیص دهد که چون کیفیت کاغذ و چاپ و صحافی، مناسب نبوده، بهتر است که طراحی جلد و صفحات قبل از متن و بعد از متن، به‌صورت نمایش روی پرده، یا مشاهده در لپ‌تاپ و تبلت صورت گیرد.[۱]
در همین جلسه، ویژگی‌های کار توسط کارفرما توضیح داده می‌شود و در مورد حق‌الزحمه نیز مذاکره و توافق طرفین صورت می‌پذیرد و اگر سفارش فقط بخشی از گرافیک کل کتاب، به‌طور مثال فقط همان طرح جلد کتاب باشد، همین یک جلسه کافی است و در آن نوع کار و زمان انجام آن و حق‌الزحمه مشخص می‌شود و نیازی به جلسات دیگر نیست. مگر آن که ضرورت داشته باشد طراح با مؤلف یا مؤلفین کتاب هم ملاقات و گفت‌وگو کند.
در هر حال روابط مالی و حق‌الزحمه فقط با ناشر است مگر در مواردی نادر که ناشر مؤلف کتاب باشد.
در کتاب‌های لوکس که با چاپی نفیس روی کاغذهای گلاسه و مرغوب به تشخیص ناشر، انتشار می‌یابد و سرمایه بسیار زیادی برای تولید کتاب هزینه می‌شود، معمولاً یک جلسه برای گفت‌وگو کافی نیست و پس از آنکه در جلسهٔ اول طراح با موضوع سفارش آشنایی یافت، در جلسه یا جلسات بعد، نمونه‌هایی از کارهای مشابه ـ اعم از چاپ ایران یا نمونه‌های خارجی ـ را با خود به جلسه می‌آورد که با مشاهده آنها، گفت‌وگویش با کارفرما شفاف‌تر شود و هر دو طرف برایشان روشن باشد که چه کاری در چه زمانی با چه هزینه‌هایی قرار است صورت پذیرد.
در پروژه‌های بزرگ انتشار یک کتاب گرانبها، این جلسات ممکن است با حضور افراد دیگری علاوه بر کارفرما و طراح تشکیل شود که تجربیات و تخصصی در امور فنی یا آگاهی از هزینه‌ها (قیمت کاغذ و مقوا و هزینه‌های مرتبط با چاپ، صحافی، ...) داشته باشند و با حضور این جمع متخصص، تصمیمات لازم اتخاذ گردد و صورت‌جلسه شده به امضای اعضای شرکت‌کننده برسد و بر اساس این صورت‌جلسه و تصمیمات مورد توافق، قرار یا قراردادهای لازم با افراد یا مؤسساتی که ضرورت دارد، منعقد شود.

۱. به نمونه کارهای قبلی طراح که یا به صورت آلبوم و یا روی لوح فشرده ارائه می‌شود اصطلاحاً «پرتفولیو» (portfolio) گفته می‌شود.

جلسهٔ نهایی و امضای قرارداد بین کارفرما و طراح

با آنچه ذکر شد در صورتی که چند جلسه برای دستیابی به توافق نهایی برای شرایط قرارداد بین طراح و ناشر کتاب برگزار شده باشد، در جلسهٔ نهایی ضرورت دارد که صورت‌جلسه‌ای تنظیم شود که پس از آن، نکات مصوب جلسه در تنظیم قرارداد لحاظ شود. صورت‌جلسه، به همین یادداشت برداری از نقطه نظرات و خواسته‌های ناشر و مؤلف و نکته‌هایی که طراح گرافیک توضیح می‌دهد و شرایط توافق گفته می‌شود.

اگر برای مذاکرات، فقط یک جلسه برگزار شود، که نوشتن صورت‌جلسه کاملاً ضرورت دارد که قرارداد با توجه به آن نوشته شود و اگر چندین جلسه برای دستیابی به نتیجهٔ نهایی برپا شده است، یا هر جلسه برای خود صورت‌جلسه‌ای دارد و یا در جلسهٔ نهایی، صورت‌جلسه تنظیم و ارائه می‌گردد.

واژهٔ «قرارداد» که معادل واژه‌های «عهدنامه» و «پیمان» است، به توافق مکتوبی گفته می‌شود که بین دو یا چند نفر (اشخاص حقیقی و حقوقی) برای انجام کاری یا دستیابی به اهداف مشخصی در قالب بودجه‌ای معین یا شرایطی مشخص و در زمانی تعیین شده منعقد شده باشد.

بنابراین در هر قرارداد، درج موضوع و مبلغ و زمان، الزامی است. در قرارداد، مشخص می‌شود که کارفرما در قبال پرداخت مبلغ معینی می‌تواند چه انتظاراتی از طرف دیگر قرارداد، یعنی «مجری» داشته باشد و مجری چه خدماتی را در چه زمانی موظف است که انجام دهد.

در نخستین سطرهای قراردادهای طراحی و مشاورهٔ هنری و فنی کتاب و انجام امور گرافیک آن، نام و نام خانوادگی و آدرس کامل طرفین قرارداد نوشته می‌شود و نخستین مادهٔ قرارداد، معمولاً به موضوع آن اختصاص دارد که خود شامل چند زیرمجموعه می‌تواند باشد که به طور دقیق، در بندهای آن وظایف طراح تعیین گردد. هر یک از مواد قرارداد، ممکن است یک یا چند تبصره داشته باشند.

مبلغ قرارداد و چگونگی پرداخت آن در مراحل مختلف، زمان قرارداد، تعهدات ویژهٔ هر یک از طرفین قرارداد، کسورات قانونی، پیش‌بینی داور مرضی‌الطرفین (مورد قبول و رضایت طرفین قرارداد)، پیش‌بینی حوادث غیرمترقبه (سیل، زلزله، آتش‌سوزی) از مواد دیگری هست که در قراردادها از جمله قراردادهای طراحی کتاب نوشته می‌شود.

قراردادها به طور معمول، در چند نسخه تنظیم می‌شوند که تعداد این نسخه‌ها در آخرین قسمت قرارداد درج می‌گردد و یکی از این نسخه‌ها به طراح گرافیک تعلق دارد که طرف دیگر قرارداد بوده و به او تحویل می‌شود. تصویر۴۲ یک نمونه قرارداد مرتبط با طراحی کتاب را نشان می‌دهند.

فعالیت کارگاهی

برای یک کتاب ۳۲۰ صفحه‌ای در قطع رحلی با عنوان «صنیع‌الملک» که مصور است، یک قرارداد انجام تمام کارهای گرافیک شامل طرح جلد، طراحی صفحات و اجرای نسخهٔ آماده برای لیتوگرافی و نظارت بر چاپ را بنویسید که در آن نکته‌های لازم درج شده باشد.

بسمه تعالي

قرارداد

ماده يك) طرفين قرارداد:

اين قرارداد في ما بين موسسه تبليغاتي: ..... به شماره ثبت: ..... به نمايندگي آقاي: ..... به آدرس: ..... تلفن : .....كه در اين قرارداد طرف اول خوانده مي شود و جناب آقاي: ..... به نمايندگي:..... به آدرس: ..... تلفن: ..... از طرف ديگر كه در اين قرارداد طرف دوم خوانده مي شود، برابر شرايط و مواردآتي قيد شده در قرارداد منعقد مي گردد و مفاد اين قرارداد لازم الاجرا مي باشد.

تبصره يك)

طرفين قرارداد متعهد مي گردند تا زماني كه قرارداد كاملا" خاتمه نيافته است تغييرات نشاني خود را به محض وقوع به صورت مكتوب به طرف مقابل اعلام نمايند.

ماده دو) موضوع قرارداد:

.....

ماده سه) مدت زمان قرارداد:

مدت قرارداد از تاريخ ..... لغايت ..... مي باشد.

لازم بذكر است .....

تبصره دو)

در صورت تمايل به تمديد قرارداد طرف دوم مي بايست حداقل ۲۰ روز قبل از اتمام قرارداد درخواست خود را كتبا" به طرف اول اعلام نمايد . بديهي است در صورت عدم در خواست كتبي طرف اول تعهدي نسبت به تمديد قرارداد نخواهد داشت.

ماده چهار) مبلغ قرارداد و نحوه پرداخت و تسويه حساب:

مبلغ طراحي وب سايت در اين قرارداد همراه با هزينه يك بار بارگذاري..... ريال است كه طي سه فقره چك به شرح ذيل تسويه گردد.

ردیف	شماره چك	عهده بانك	به تاريخ	مبلغ به ريال
1	.....	.....	.....	.....
2	.....	.....	.....	.....
3	.....	.....	.....	.....

ماده پنج) تعهدات طرف اول:

۵-۱ انجام به روز رساني مطالب سايت هر ماه به عهده طرف اول است.

طرف اول موظف است اشكالات احتمالي سايت را پس از بارگذاري برطرف نمايد.

۱

▲ تصویر ۴۲

ارزشیابی شایستگی صفحه‌آرایی کتاب

شرح کار:

صفحه‌آرایی چند صفحه از یک کتاب (متن و تصویر)بر اساس گرید، با رعایت نکات واصول فنی و متناسب با موضوع و مخاطب

استاندارد عملکرد:

طراحی و اجرای کتاب با استفاده از عناصر صفحه‌آرایی(طراحی گرید اصلی، چیدمان متن و تصویر، شناخت فونت و تیتر..) بنابر سفارش مشتری در جهت محتوای کتاب متناسب با گروه سنی مخاطب و استانداردهای طراحی و چاپ کتاب

شاخص ها:

۱- انتخاب فونت، رنگ و فرم

۲- طراحی یونیفرم

۳- صفحه بندی (تناسب نوشته، تصاویر)

۴- اجرای طرح درنرم افزار مربوطه و خروجی

شرایط انجام کار و ابزار و تجهیزات:

زمان : ۲ ساعت (تحویل فایل دیجیتال)

مکان: کارگاه گرافیک

ابزار و تجهیزات: رایانه- میز- صندلی

ابزار و تجهیزات مورد نیاز انجام کار:

۱- رایانه با نرم‌افزارهای مربوطه

۲- مداد پاک‌کن ، قلم ، رنگ

۳- پرینتر و اسکنر، دوربین عکاسی

۴- میزکار و صندلی و نور مناسب

معیار شایستگی:

ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	پذیرش سفارش	۱	
۲	طراحی یونیفرم اولیه	۱	
۳	صفحه بندی و اجرای صفحات	۲	
۴	ارائه کردن نهایی فایل	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرش: مدیریت منابع، صرفه‌جویی، تفکیک ضایعات، استفاده از ابزار و وسایل ایمن ارتباط مؤثر و کار تیمی و کل مواردش، مدیریت و کلیه مواردش، اخلاق حرفه ای و کلیه مواردش	۲	
	میانگین نمرات		*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می باشد.

پودمان ۴

طراحی جلد

طراحی جلد کتاب، مجله، بروشور و سایر محصولات گرافیکی یکی از مهم‌ترین بخش‌های طراحی گرافیک است.

جلد کتاب می‌تواند مخاطب را به خواندن تشویق کند و یا بر اساس طرح جلد، موضوع و محتوای یک اثر نوشتاری معرفی شود، بنابراین جذابیت بصری و رعایت نکات فنی در طراحی جلد و آموزش آن به هنرجویان رشته فتو-گرافیک از اهداف این پودمان است.

واحد یادگیری ۱

طراحی جلد

در طراحی جلد کتاب به چه نکاتی باید توجه کرد؟

■ هنرجویان در این پودمان مهارت‌های زیر را کسب خواهند کرد:

- تحلیل و بررسی ساختار جلد کتاب و تناسب آن با موضوع و مخاطب
- طراحی جلد کتاب بر اساس سفارش

استاندارد عملکرد

■ طراحی روی جلد متناسب با متن مورد نظر و بر اساس یونیفرم و شخصیت کتاب یا نشریه یا ناشر سفارش‌دهنده.

مقدمه

بسیاری از محصولات گرافیک مانند مجله، کتاب، کارنما یا کاتالوگ، دفترک یا بروشور و مانند آن معمولاً از تعدادی برگ‌های کاغذی تشکیل شده‌اند که برای نگهداری و محافظت این برگ‌های کاغذی از پوشش یا پوشه‌ای استفاده می‌شود که جنسی محکم‌تر از کاغذ دارند مانند مقوا، پلاستیک، چرم، ورقه‌های چوب و در موارد بسیار محدودی ورقه‌های فلز نیز کاربرد دارند.

این پوشه یا کاور، غیر از این که ورقه‌ها را نگهداری می‌کند باید زیبا بوده و نیز بیانگر موضوع ، حال و هوا، روحیهٔ مطالب و تصاویر صفحات داخل آن باشد.

در این پودمان، ما طرح جلد و چگونگی تولید آن را تجربه می‌کنیم. اگرچه تنوع در جلد محصولات گرافیکی زیاد است اما طراحی جلد هر یک از این محصولات، شکل متنوع و خاص خود را دارند که در اینجا به موضوع طراحی جلد کتاب می‌پردازیم.

▲ تصویر۱

طراحی جلد کتاب

به چند نمونه طرح جلد کتاب توجه کنید که طراح چگونه روحیهٔ اطلاعات و محتویات کتاب را در یک قاب (جلد) بازنمایی کرده است:

دایرة المعارف
هنر
فیزیک الکترونیک و
تکنولوژی نیمه هادیها
شایستگی مدیران
زنگ آشپزی
توسیف صحرایی
سنگ‌های آذرین
جامعه‌شناسی مخاطب
در حوزهٔ
فرهنگی و هنری
سوت زدن در تاریکی
آموزش قوانین و مقررات
راهنمایی و رانندگی
فرهنگ تخصصی
معماری
شیمی ابر مولکولی
ورزش
یکه، دو و سه
پویایی سیستم
با نرم افزار
STELLA/iThink

▲ تصویر ۲

در بیشتر طراحی جلد کتاب‌ها سه عنصر مهم وجود دارد که عبارت‌اند از:
۱ـ نوشتار
۲ـ تصویر (فرم و رنگ)
۳ـ تکنیک اجرا
با دقت در تصاویر صفحهٔ پیش، متوجه می‌شویم که در گام نخست، همهٔ آنها دارای عنوانی هستند که بیانگر موضوع یا محتوای کتاب است. در گام بعد تصاویر کتاب‌ها را می‌بینیم که از طیف گسترده‌ای از انتزاعی‌ترین تا طبیعت‌گرایانه‌ترین تصاویر هستند. این تصاویر با تکنیک‌های متنوعی خلق شده‌اند و اساس این تنوع و تفاوت‌ها به‌دلیل موضوع و محتوای گوناگون کتاب‌هاست.
طراحی جلد کتاب نیز مانند دیگر تخصص‌های گرافیک، نوعی ترجمه است: ترجمهٔ تصویری. در هر ترجمه سه عنصر بنیادین وجود دارد: زبان مبدأ، زبان مقصد و مسیر ترجمه.بنابراین برای ترجمه لازم است که مترجم (طراح) با متن زبان‌های مبدأ و مقصد آشنایی داشته باشد؛ واژگان تخصصی و زبان علم مورد ترجمه (مسیر ترجمه) را نیز بشناسند.

نکته

در مبانی هنرهای تجسمی و دروس و کارگاه‌هایی که تاکنون گذرانیده‌اید با زبان مقصد و نیز بخشی از مسیر ترجمه آشنا شده‌اید چنانچه قرار باشد با همهٔ زبان‌های مبدأ نیز آشنا شوید باید همهٔ علوم و فنون و نیز تمامی تجارب بشری را بدانید که تقریباً غیرممکن است. گستردگی زبان‌های مبدأ به اندازهٔ گستردگی همهٔ موضوع‌های کتاب‌هاست: از آشپزی گرفته تا جامعه شناسی، از فوتبال گرفته تا مدارهای برق فشار قوی و ...
بنابراین برای درک درست موضوع، بهتر است که هم کتاب را ورق بزنید و بخوانید و هم با پدیدآورندهٔ کتاب (نویسنده، شاعر، گردآورنده، مترجم و...) صحبت کنید و تا حدودی به مضمون و محتوای کتاب نزدیک شده و با زبان مبدأ نیز آشنا شوید.

فعالیت کلاسی

با مراجعه به کتابخانهٔ هنرستان و یا کتابخانهٔ منزل، ۳ کتاب را که قبلا خوانده‌اید و از محتوای آن خبر دارید، با خود به کلاس بیاورید. دربارهٔ یکی از آنها از نظر ارتباط محتوا با طرح جلد با یکدیگر گفت وگو کنید.

کار گروهی

نام طراح جلد هر کتاب را روی تخته نوشته و در گروه‌های ۳یا ۴ نفره در بارهٔ برخی از این طراحان جلد و سوابق کارشان گفت‌وگو کنید و با گروه‌های دیگر این نظرات را به اشتراک بگذارید.

آشنایی با فیزیک جلد کتاب

همچنان که خانه‌های ما دارای نقشه‌ای بوده که مهندس مجری براساس آن خانه را ساخته است، آثار گرافیک نیز نقشهٔ اولیه‌ای دارند که گرید[1] نامیده می‌شود. در گرید طراحی جلد کتاب بخش‌هایی که حتماً باید رعایت شوند عبارتند از: اندازهٔ گستردهٔ کتاب قبل و بعد از برش، شامل اندازه‌های پشت و روی کتاب و عطف آن. در برخی از کتاب‌ها امتداد رو و پشت جلد نیز به نوارهایی ختم می‌شود که به جای برش تا می‌خوردکه به آنها لبهٔ برگردان می‌گویند.

▲ تصویر۳- ساختار کلی جلد کتاب

▲ تصویر۴

پرسش کلاسی

۱ـ ویژگی‌های لازم برای طراحی یونیفرم جلد کتاب چیست؟
۲ـ برای اینکه بتوانیم یک یونیفرم بسازیم چه نکاتی را باید رعایت کنیم؟ به سری کتاب‌های یک انتشارات، سری کتاب‌های درسی در یک پایه تحصیلی مراجعه کرده و سعی کنید عناصر ثابت آن (یونیفرم) را رسم کرده و به کلاس بیاورید.

ممکن است هر ناشری برای مجموعه کتاب‌هایش گرید ثابتی داشته باشد که جای نوشته‌ها و تصاویر و نیز جای نشانهٔ ناشر، بارکد و شابک[2] و ... مشخص شود که به این طرح کلی یونیفرم[3] می‌گویند. بسیاری از محصولات دیگر گرافیکی که برای یک سازمان، نهاد، ناشر یا ... طراحی می‌شوند، ممکن است یونیفرم داشته باشند، مانند پوسترها، کارت‌ها، روی جلد مجلات و کارنماها و مانند آن. نمونه‌هایی از یونیفرم جلد کتاب چند ناشر را در صفحهٔ بعد می‌بینیم.

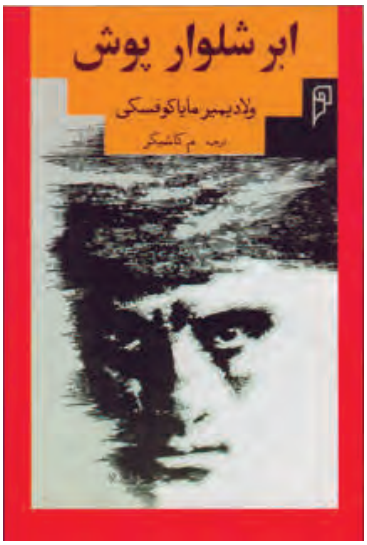
1.Grid

۲. شمارهٔ استاندارد بین المللی

3.Uniform

▲ تصویر۵

▲ تصویر۶



▲ تصویر۷

در ردیف بالا سه طرح جلد کتاب را می‌بینید که یونیفرم مشترکی دارند. این یونیفرم از چهارچوبی تشکیل شده که در مرکز آن تصویر قرار می‌گیرد و در بالا فضایی با الهام از معماری ایرانی و متشکل از چند پله، جایی برای عنوان کتاب به اضافهٔ نام پدیدآورنده و مترجم را به‌وجود آورده است. نشانهٔ ناشر نیز در سمت راست بالای یونیفرم جای می‌گیرد.

در پایین هم دو طرح جلد کتاب را می‌بینید که یونیفرم مشترکی دارند و با الهام از لچک که در هنر ایرانی بسیار به‌کار گرفته شده، ساخته شده است. نشانهٔ ناشر در سمت راست بالا و همهٔ نوشته‌ها داخل مربعی که در نیمهٔ بالای کادر جای دارد، قرار می‌گیرند و تصاویر هم در نیمهٔ پایین یونیفرم جای می‌گیرند.

◀ تصویر۸

فعالیت کلاسی

یکی از کتاب‌هایی را که با خود به‌کلاس آورده‌اید، مانند کتاب درسی، اندازه‌گیری کنید، و روی مقوا، ماکت جلد آن را بسازید. حدود جلد را بریده و عطف‌اش را تا بزنید.
با توجه به متن کتاب، چند پیش‌طرح خطی برای جلد کتاب آماده کنید.

کار گروهی

با راهنمایی هنرآموز و همفکری با هم کلاسی هایتان یکی از پیش‌طرح‌ها را انتخاب کرده و بر روی ماکت انتقال دهید با توجه به موضوع نماد و نشانه و روحیهٔ فونت‌ها که در سال‌های گذشته با آن آشنا شده‌اید دربارهٔ تکنیک تصویرسازی یا عکاسی و نوشتار برای طرح نهایی آن تبادل نظر کنید.

نوشتار در طراحی جلد کتاب

با مروری بر طرح جلد کتاب‌ها در می‌یابیم که تقریباً در همهٔ آنها، نوشتار، عنصر جدایی‌ناپذیر جلد کتاب است. نوشتار در روی جلد شامل عنوان‌های اصلی و فرعی، پدیدآورنده و مترجم است. همچنین ممکن است افراد متخصص دیگری در پدیدآوردن کتاب نقش مهمی داشته باشند مانند مترجم، نگارندهٔ مقدمه، ویراستار، طراح گرافیک، تصویرگر، عکاس، خوشنویس و... که اسامی آنها بنابر کیفیت و کمیت همکاریشان در روی جلد و یا در صفحهٔ شناسنامه خواهد آمد.

در نوشتار عنوان اصلی کتاب، تکنیک‌ها و تمهیدات بسیاری به‌کار می‌رود: از نوشتهٔ ساده با فونت گرفته تا دست‌نوشته‌ها و ... . گاهی ممکن است نوشتار به سمت تصویری شدن برود و تایپوگرافی شود، در این موارد چنانچه عنوان کتاب به راحتی قابل خواندن نباشد، آن را به‌صورت خوانا در کنار تایپوگرافی می گذارند که مشکل ناخوانایی پیش نیاید.

در عطف کتاب اگر فضای کافی باشد مثل روی جلد می‌توان همهٔ اطلاعات را نوشت و در صورتی‌که فضای کافی وجود نداشته باشد اطلاعات اصلی آورده می شود .

در پشت جلد نیز ممکن است همان اطلاعات روی جلد به زبان دیگری آورده شود. برخی از ناشرین ممکن است از پشت جلدکتاب برای درج اطلاعات بیشتر استفاده کنند؛شامل: نوشته‌ای دربارهٔ پدیدآورنده و عکس او به همراه بارکد، شابک، نشانه و نشانی ناشر.

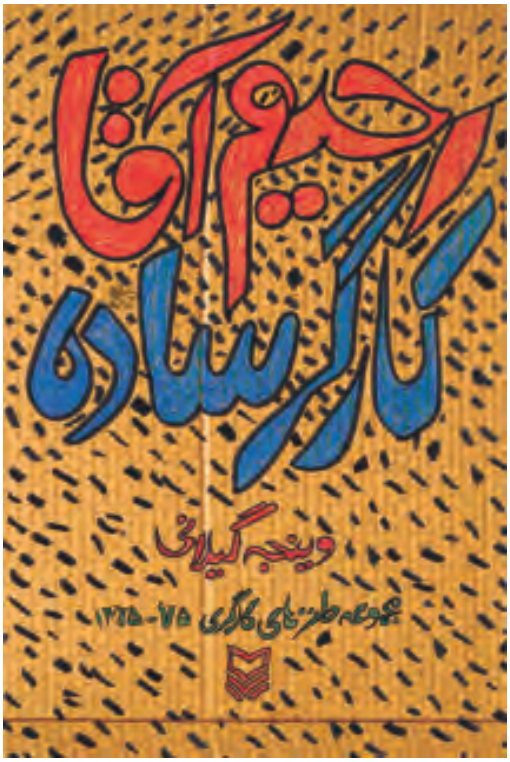
به چند نمونه طرح جلد کتاب که فقط با نوشتار، سامان یافته‌اند نگاه کنید:

▲ تصویر ۹

▲ تصویر ۱۰

▲ تصویر ۱۱

▲ تصویر ۱۲



▲ تصویر ۱۳

▲ تصویر ۱۴

▲ تصویر ۱۵

▲ تصویر ۱۶

▲ تصویر ۱۷

▲ تصویر ۱۸

▲ تصویر ۱۹

▲ تصویر ۲۰

▲ تصویر ۲۱

▲ تصویر ۲۲

▲ تصویر ۲۳

▲ تصویر ۲۴

▲ تصویر ۲۵

▲ تصویر ۲۶

ممکن است روی برخی جلد کتاب‌ها، تصویری غیر از نوشتار نباشد و با همین نوشتار طراح باید جذابیت و انرژی تصویری لازم را ایجاد کند.

برای ایجاد نوشتار روش‌های زیادی وجود دارد مهم این است که روش و شیوهٔ ایجاد نوشتار با حال و هوای کتاب هماهنگ بوده و شیوهٔ تصویری نوشتار به نوعی بیانگر محتوای کتاب باشد. ناگفته پیداست که بسیاری از موضوع‌های معنوی ، فلسفی یا موضوع‌هایی که تصویری عینی ندارند بهتر است با نوشتار کار شوند.

فعالیت کلاسی

کتابی را انتخاب کنید که جلد آن فقط با نوشتار کار شده باشد سپس آن را با ۳ نوع نوشته‌ای که به نظر شما می‌تواند به جای نوشتهٔ اصلی کتاب پیشنهاد شود، بازآفرینی کنید.

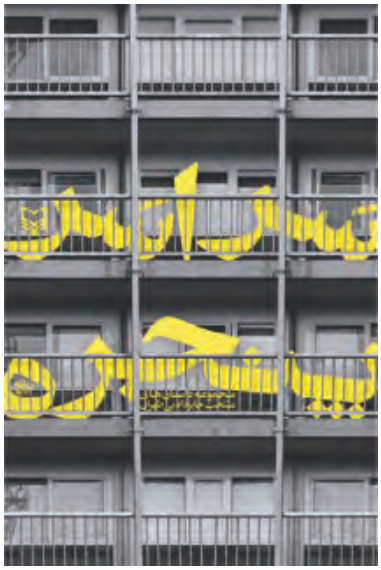
کار گروهی

طرح جلدهایی را که کار کرده اید، در گروه‌های ۴ـ۳ نفره بررسی و تجزیه و تحلیل کنید.

تصاویر در طراحی جلد کتاب

در بسیاری کتاب های تولید شده در ایران و بسیاری کشورها، برای ایجاد جذابیت بصری بیشتر یا برای توضیح بهتر محتوا روی جلد با تصویر همراه است. تصاویری که گاه انتزاعی‌اند مانند نقوش تزئینی، شمسه، لچک و مانند آن و گاه تصاویر طبیعت‌گرایانه مثل عکس نویسنده یا یک واقعه. همچنین ممکن است این تصاویر نیمه انتزاعی باشند مثل تصویرسازی‌هایی که برای کتاب‌های کودکان انجام می‌شود.
به این تصاویر دقت کنید.

◀ تصویر ۲۷



▲ تصویر ۲۸

▲ تصویر ۲۹

▲ تصویر ۳۰

▲ تصویر ۳۱

▲ تصویر ۳۲

▲ تصویر ۳۳

▲ تصویر ۳۴

با دقت در این تصاویر متوجه می‌شویم که تنوع و گستردگی تصاویر در طرح جلد کتاب مانند دیگر محصولات گرافیکی از عکس طبیعی گرفته تا فرم‌های انتزاعی، گوناگون هستند و به موضوع کتاب بستگی دارند.

فعالیت کلاسی

به طرح جلدی که با نوشتار ساخته‌اید، نقش‌مایهٔ انتزاعی و تزئینی اضافه کنید و آن را با نمونهٔ طرح بدون نقش‌مایه مقایسه کنید.

کار گروهی

طرح جلدهایی را که با نقش‌مایه و بدون آن کار کرده‌اید در گروه‌های ۴ـ۳ نفره بررسی و تجزیه و تحلیل کنید.

تصویرسازی در طراحی جلد کتاب

تصاویر بسیاری از موضوع‌ها را نه در عالم واقع می‌توان دید و نه آنچنان انتزاعی هستند که نتوان آنها را به تصویر کشید. در واقع برخی از کتاب‌ها دارای موضوعاتی هستند که برای به تصویر کشیدن آن در طرح جلد کتاب نیازمند تفکر بیشتر و جست‌وجوی در متن هستیم به همین دلیل است که در برخی موارد می‌توان برای کتاب‌های تاریخی، رمان و داستان، شعر و موضوع‌های فنی تصویرسازی کرد و با استفاده از گسترهٔ تکنیک‌ها و شیوه‌های تصویرسازی و به مدد رایانه که امروزه کاربرد بسیار وسیع‌تر دارد جلد کتاب را سامان بخشید. اما شما می‌توانید از تکنیک‌هایی که در درس تصویرسازی آموخته‌اید برای آفریدن یک طرح جلدکتاب بهره ببرید.

تصویر ۳۵

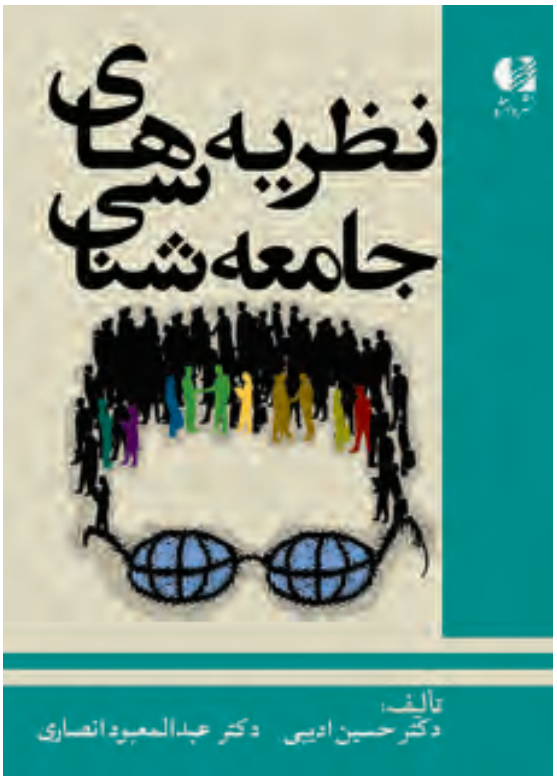
▲ تصویر ۳۶

▲ تصویر ۳۷

▲ تصویر ۳۸

▲ تصویر ۳۹

▲ تصویر ۴۰



▲ تصویر ۴۱

فعالیت کارگاهی

یک کتاب رمان انتخاب کنید که با تصویرسازی کار شده است، آن را حتماً مطالعه کرده و سپس بازآفرینی کنید. ابتدا به روش توفان ذهن هرآن‌چیزی که به ذهن‌تان می‌رسد در حد یک کلمه یا یک جمله روی کاغذ بنویسید و سپس معادل‌های تصویری آن کلمات را در اندازه‌های حدود ۸ در ۵ سانتی‌متر پیش‌طرح بزنید (اتود) و سپس یکی از ان پیش‌طرح‌هایی را که انتخاب کرده‌اید با ۳ نوع تکنیک در ابعاد واقعی جلد کتاب تصویرسازی کنید.

کار گروهی

با راهنمایی هنرآموز خود طرح جلدهایی را که کار کرده‌اید در گروه‌های ۳ یا ۴ نفره بررسی و تجزیه و تحلیل کنید.

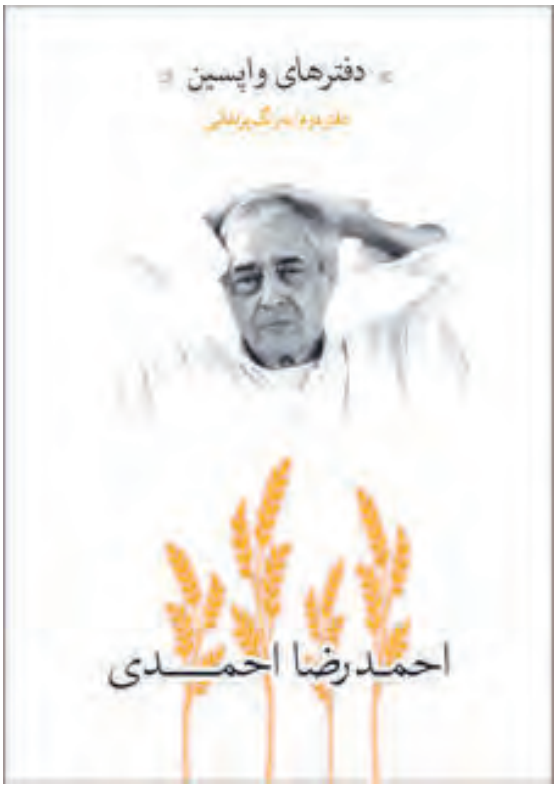
عکس در طراحی جلد کتاب

بسیاری از موضوع‌ها بهتر است مستند ارائه شوند. مانند موضوع‌های خبری، گزارشی و علمی. در پاره‌ای موارد به‌دلیل شهرت افراد، ممکن است عکس پدیدآورنده روی جلد آورده شود. عکاسی نوعی ایجاد تصویر است و تا به امروز شیوه‌های بسیاری از آن از عکاسی خبری تا عکاسی مد به ثبت رسیده است اما در اینجا عکاسی خبری و واقع نمایانه مورد استفاده قرار می گیرد. بنابراین بسیاری از تکنیک های تصویرسازی مثل فتومونتاژ که با عکاسی انجام می شوند مورد نظر تمرین های این کتاب نیست.

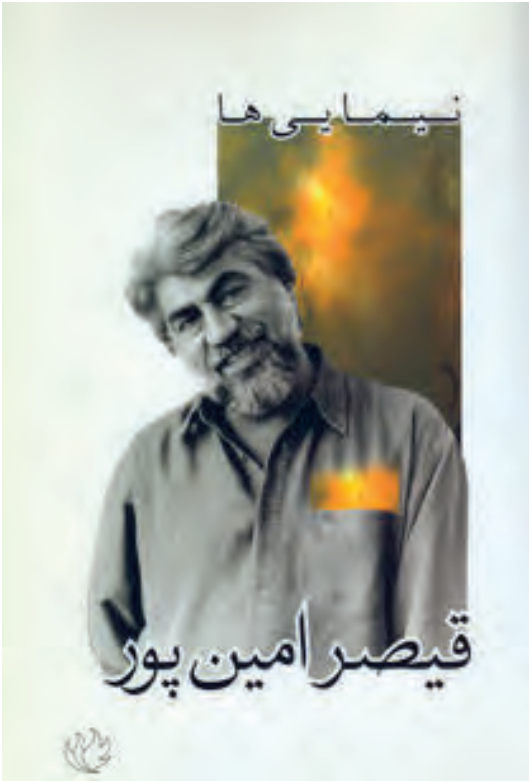
علاوه بر عکس افراد، برای موضوع‌های مختلف نیز می‌توان از تکنیک عکاسی برای طرح جلد کتاب استفاده کرد و طرح‌ها را با تکنیک‌های متنوع در عکاسی و نرم‌افزار تغییر فرم داد و متناسب با موضوع کتاب آن را کامل کرد.

▲ تصویر ۴۲

▲ تصویر ۴۳



▲ تصویر ۴۴



▲ تصویر ۴۵

فعالیت کارگاهی

یک عکس انتخاب کنید که ترجیحاً عکس نویسندهٔ کتابی باشد که در تمرین قبل انجام داده‌اید. می‌توانید عکسی مرتبط با یکی از رویدادهای کتاب را هم پیدا کرده و به عنوان روی جلد، از آن استفاده کنید .

ابتدا در اندازه‌های حدود ۸ در ۵ سانتی‌متر جای نوشته‌ها و نشانهٔ ناشر را اتود کنید و ۳ نوع لی‌آوت نوشتار و عکس را به‌عنوان روی جلدکتاب انتخاب و اجرا کنید.

کار گروهی

با راهنمایی هنرآموز خود طرح جلدهایی را که کار کرده‌اید را در گروه‌های ۴ـ۳ نفره بررسی و تجزیه و تحلیل کنید.

طراحی های دیگر جلد کتاب

برخی از جلدکتاب‌ها هستند که در گروه فانتزی یا گرافیک حسی قرار می‌گیرند اما چون تولید آنها در شمارگان زیاد مقرون به صرفه نیست، می‌توان آنها را در گروه پورت فولیو[1] به‌شمار آورد. با این نوع از کتاب‌ها می‌توان به‌وسیلهٔ حس‌های دیگر بویژه حس لامسه (بساوایی) نیز ارتباط حسی برقرار کرد. البته بهتر است این نوع از محصولات گرافیکی را در جهتی طراحی و تولید کرد که به لحاظ مفهومی، با محتوای کتاب همسو باشد مثلاً برای کتابی که دربارهٔ چوب نوشته شده می‌توان از جلدی چوبی استفاده کرد و یا کتابی که در مورد اسانس و عطر نوشته شده را می‌توان معطر کرد.

مورد دیگری که لازم است در اینجا آورده شود، متناسب با جلد کتاب‌های الکترونیکی یا ایبوک‌ها[2] هستند.اگر این کتاب‌ها در قالب لوح فشرده[3] تولید و عرضه می‌شوند،متناسب با نوع طراحی بسته‌بندی آن، لیبلی برایش طراحی می شود که فیزیک جلد کتاب را ندارد اما مانند جلد کتاب باید گویای محتوا و موضوع کتاب باشد. ممکن است این نوع کتاب‌های الکترونیکی را به لحاظ ملاحظات زیست محیطی از درگاه‌های الکترونیکی تهیه کنیم که روی لوح فشرده ذخیره نشده باشند. طراحی این نوع کتابها،به خاطر همراه داشتن فایل صدا می تواند به گرافیک حسی بسیار نزدیک شود. برای طراحی آنها نیز همان گونه عمل می‌شود که در مورد کتاب‌های کاغذی. اما با این تفاوت که دیگر فیزیک و ساختار این کتاب‌ها متفاوت بوده و خود موضوع مبحثی جداگانه است که در آینده مهارت آن را خواهید آموخت.

تصاویر صفحه بعد در گروه گرافیک حسی هم می‌گنجند؛ تصویر ۴۷، متعلق به جلد کتابی است دربارهٔ آیین محرم و طراح از کتیبه‌های شعر محتشم کاشانی بهره برده است و با لمس این جلد حس پارچه و مراسم عاشورا به مخاطب القا می‌شود.

در تصویر ۴۶ طراح با به کارگیری بخشی از پیراهن سربازان، جلد را پوشش داده و به گرافیک حسی نزدیک شده است. عنوان کتاب هم در محل اتیکت نام سربازان که بر روی لباسهای آنها دوخته می شود،قرار گرفته است.

در تصویر۴۸، طراح برای نشان دادن نوشته‌های الکترونیکی که دربارهٔ گرافیک است، بخشی از کتاب را برش داده که عنوان را تشکیل می‌دهد و نشانه ای از فضای مجازی است که ما بخشی از اطلاعات را می‌بینیم. رنگ آبی این جلد نیز به این فضا کمک کرده است اما با لمس نوشته‌ها به فضای واقعی و فیزیکی می‌رسیم و این نوع نگاه متفاوت گاهی در طراحی گرافیک به کار می‌آید.

1. Portfolio
2. E-Book
3. CD

▲ تصویر ۴۶

▲ تصویر ۴۷

◀ تصویر ۴۸

کار گروهی

در گروه‌های ۳ نفره برای موضوعات زیر نمونه‌های تصویری جمع‌آوری کرده و در کلاس ارائه کنید سپس دربارهٔ هر یک از نمونه‌ها گزارشی مکتوب (ویژگی‌های تصویری جلد، ارتباط حسی با موضوع، محتوای مرتبط با جلد) ارائه کنید.

۱ـ تصاویر لیبل و جلد لوح فشردهٔ ۳ یا ۴ بازی رایانه‌ای

۲ـ تصاویر لیبل و جلد لوح فشردهٔ ۳ یا ۴ کتاب الکترونیکی کمک آموزشی

۳ـ تصاویر لیبل و جلد لوح فشردهٔ ۳ یا ۴ کتاب الکترونیکی دربارهٔ دستورالعمل لوازم برقی و خانگی

۴ـ تصاویر لیبل و جلد لوح فشردهٔ ۳ یا ۴ اثر موسیقی

ارزشیابی شایستگی طراحی جلد کتاب

شرح کار:

طراحی و اجرای یک نمونه طرح جلد کتاب با رعایت نکات و اصول فنی طراحی جلد کتاب، متناسب با مخاطب و قطع کتاب.

استاندارد عملکرد:

طراحی روی جلد متناسب با متن مورد نظر و بر اساس یونیفرم و شخصیت کتاب یا نشریه یا ناشر سفارش‌دهنده

شاخص ها:

۱- شناخت سواد بصری
۲- شناخت انواع مقوا و صحافی
۳- صفحه‌آرایی (لی آوت)
۴- رنگ‌شناسی
۵- شناخت حروف، نوع و سایز آن
۶- ابعاد کتاب
۷- ویرایش تصویر
۸- فرم‌بندی
۹- خروجی گرفتن

شرایط انجام کار و ابزار و تجهیزات:

زمان : ۸۰ دقیقه
مکان: سایت گرافیک
ابزار و تجهیزات: رایانه، نرم‌افزار، قلم و کاغذ

ابزار و تجهیزات مورد نیاز انجام کار:

۱- مداد ، کاغذ
۲- رایانه
۳- اسکنر، پرینتر
۴- نرم‌افزارهای گرافیکی

معیار شایستگی:

ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	پذیرش سفارش	۱	
۲	آماده سازی مقدمات	۱	
۳	طراحی اولیه	۲	
۴	ارایه فایل نهایی	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرش: مدیریت منابع، صرفه‌جویی، تفکیک ضایعات، استفاده از ابزار و وسایل ایمن شایستگی های تفکر، داشتن درک درستی از سیستم سازمانی	۲	
	میانگین نمرات		*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می باشد.

پودمان ۵

طراحی گرافیک غرفه (نمایشگاه کتاب)

برای برپایی یک نمایشگاه معمولاً گروه‌های کاری گوناگونی در طراحی غرفه‌ها با یکدیگر همکاری می‌کنند، طراحان و سازندگان ماکت، طراحان و مجریان نور و صدا، طراحان گرافیک غرفه‌ها و...

در این پودمان به هنرجویان مهارت ایده‌پردازی و اجرای گرافیک غرفه‌های نمایشگاه کتاب آموزش داده می‌شود.

واحد یادگیری ۱

طراحی گرافیک غرفه (نمایشگاه کتاب)

در طراحی گرافیک غرفه به چه نکاتی باید توجه کرد؟

■ هنرجویان در این پودمان مهارت‌های زیر را کسب خواهند کرد:

- طراحی غرفهٔ کتاب در محل نمایشگاه بر اساس فضاهای داخلی
- چیدمان داخلی غرفهٔ کتاب
- طراحی گرافیک استندها، پیشخوان ها و دیوار وکف غرفه

استاندارد عملکرد

■ طراحی گرافیک نمایشگاهی بر اساس سفارش مشتری و بکارگیری هویت سازمانی سفارش‌دهنده.

مقدمه: (آشنایی با فضاهای نمایشگاهی)

در نخستین گام برای شروع طراحی گرافیک نمایشگاهی، داشتن نگاهی متناسب با فضای غرفه که تفاوت‌های آشکاری نسبت به کار طراحی صفحات دو بعدی دارد، ضروری است. به همین دلیل بهتر است طراح از محل غرفه و نمایشگاه از نزدیک بازدید کرده و با توجه به اندازه‌های دیوار، سردر، ارتفاع پنل‌ها، مسیر عبوری بازدیدکنندگان از ورود تا خروج از غرفه و زاویه‌های دید مخاطبین و ... کار طراحی را شروع کند.
طراحی برای غرفه به وجود آوردن زمینهٔ مناسب برای خوب دیده شدن، قرار گرفتن (جانمایی) متناسب امکانات با توجه به اهداف کاربردی غرفه است. سادگی و پرهیز از پیچیدگی در چیدمان عناصر لازم از اهمیت خاص برخوردار است. مجموعه روابط سازه‌های پس‌زمینه (فرم و رنگ) برای ارائه محصولات و نمایش جذاب آنچه مورد نظر صاحب کار است نباید ایجاد فشردگی و شلوغی بصری نماید.
بازدیدکنندگان یک غرفه نمایشگاهی از سادگی، آراستگی و فضای آرام بصری که ایده خوب طراح را در خود داشته باشد، استقبال می‌کنند. بنابراین مانند گرایش های دیگر طراحی گرافیک، فکر و ایده‌های خلاق و جذاب، ستون اصلی موفقیت در کار است.

فصل اول: فضای نمایشگاهی

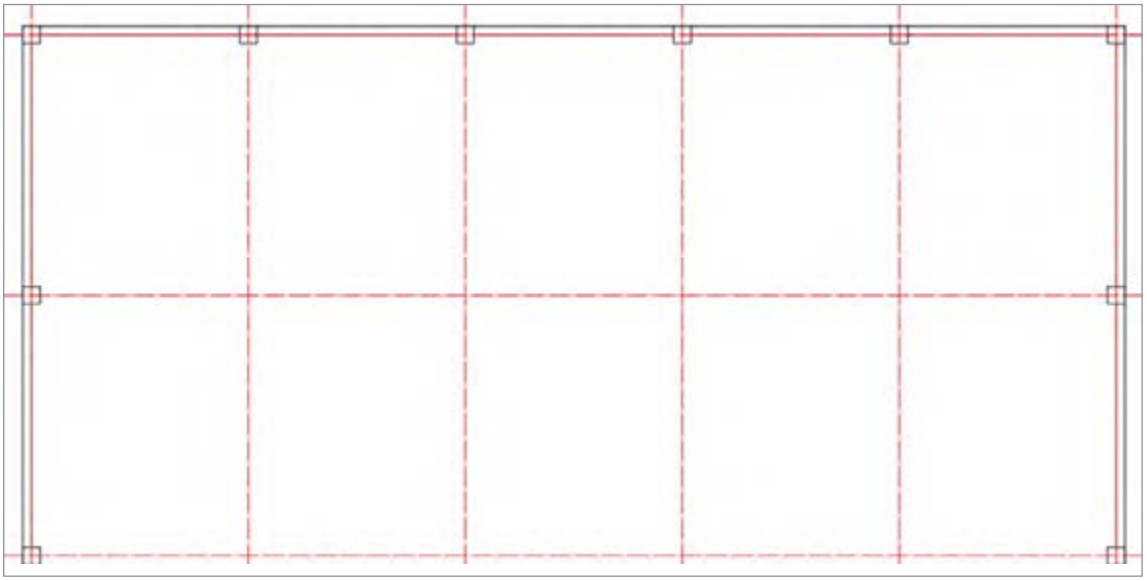
تاکنون به اندازه ها و ابعاد وسایل و محیط پیرامون خود دقت کرده‌اید؟ اندازه میزها، صندلی‌ها، ارتفاع سقف، ارتفاع درب، ارتفاع پله و مانند آن بر چه اساسی تعیین می شود؟ آیا برای ساخت و انتخاب اندازه ها استاندارد خاصی وجود دارد؟

فعالیت کارگاهی

ارتفاع میز، صندلی، نیمکت، تخته، دیوارهای کلاس تا سقف را اندازه گیری کنید و در یک جدول نسبت آنها را با یکدیگر مقایسه کنید. این نسبت‌ها چه ارتباطی با فضای کارگاه یا کلاس دارد؟ چه ارتباطی با قد متوسط انسان دارد؟

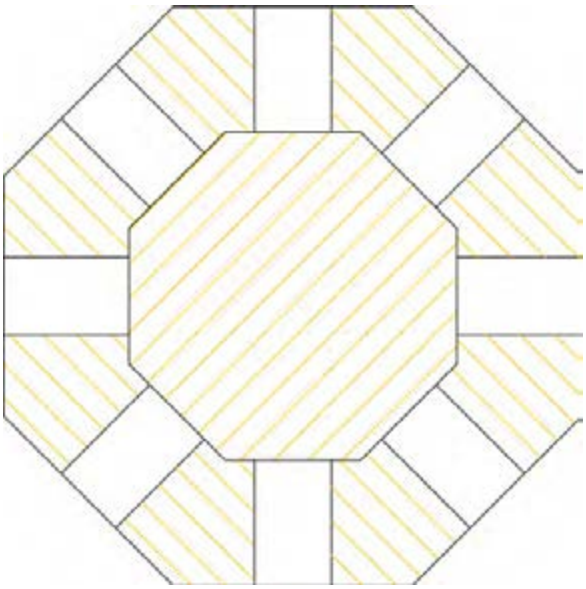
ستون‌ها و دیوارهای متغیر (مُدولار)[1]

برای ایجاد دیوارهای یک غرفه بهتر است آنها را به صورت پنل‌هایی با طول و ارتفاع یکسان که ستون‌هایی بین آنها قرار می‌گیرد در نظر گرفت.



▲ تصویر ۱- دیواره های جدا کننده

این ستون‌ها باید دارای ویژگی‌ها و امکان پذیرش دیواره در چهار و یا هشت جهت عمود و مایل (۴۵ درجه) باشد.



◄ تصویر۲- مقطع ستون

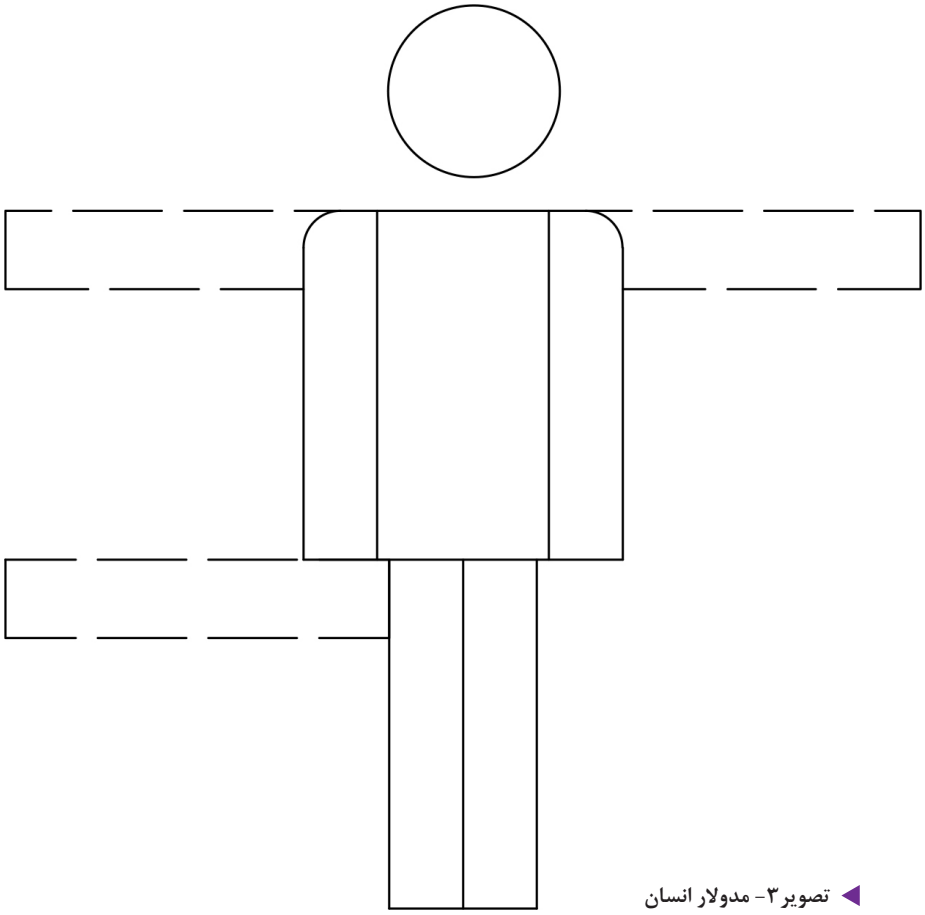
1.Modular

نکته

استفاده از پنل یا پانل با ابعاد یکسان این امکان را به‌وجود می‌آورد که بتوان غرفهٔ نمایشگاهی را بسیار ساده برپا کرد و سپس آن را جمع نمود و در صورت لزوم دوباره برای نمایشگاهی دیگر از آن استفاده نمود.

طول (ارتفاع) و عرض پنل‌ها (دیواره‌ها)

اندازه و تناسب‌های این دیواره‌ها باید با تناسبات قد و شرایط بدن انسان رابطه‌ای درست داشته باشد. به طور کلی در طراحی فضاهای نمایشگاهی و طراحی فضاها در معماری، اندازه اندام انسان تعیین کننده است. ارتفاع و عرض و طول اتاق‌ها و یا اندازه میز و صندلی، عرض و ارتفاع درب‌ها، عرض راهروها و راه‌پله‌ها و ارتفاع پله‌ها همگی با در نظر گرفتن ابعاد بدن انسان، دست‌ها، پاها و حرکت آنها (از طریق مفاصل) باید طراحی شوند.



تصویر ۳- مدولار انسان

ارتفاع پنل مناسب برای یک غرفه نمایشگاهی (مثلاً نمایشگاه کتاب) می‌تواند ۲ متر و یا ۲ متر و بیست سانت و عرض پانل ۸۰ تا ۱۰۰ سانتی‌متر در نظر گرفته شود. در معماری اطاق مسکونی حداقل ارتفاع اکنون ۲ متر و ۶۰ سانتی‌متر محاسبه می‌گردد.

فعالیت کارگاهی

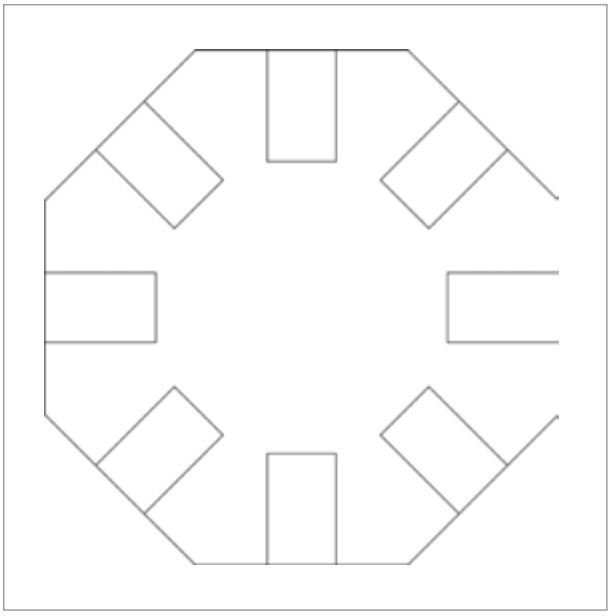
با توجه به اندازه‌های دیوارهای کارگاه یا سالن اجتماعات مدرسه خود، برای آثار هنرجویان کلاس خود یک غرفه نمایشگاه در نظر بگیرید و با پنل‌های یکسان غرفه‌ها را جدا کنید. اکنون شما یک نمایشگاه کوچک طراحی کرده‌اید که برای جداسازی می‌توانید از پنل‌های آماده و یا مواد سبکی که در دسترس است استفاده کنید.

فصل دوم: چیدمان داخلی غرفه

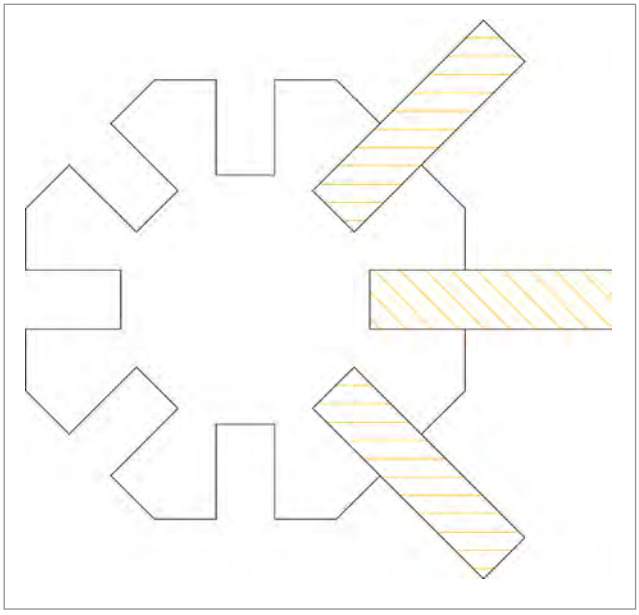
به فضاهای مختلف اطراف خود مثل کارگاه، کلاس درس، راهروی هنرستان و خانه نگاه کنید. در چیدمان هر یک از آنها چه وسایلی به کار رفته است؟ چه تفاوتی بین آنها وجود دارد؟ این وسایل را لیست کنید و سپس تفاوت‌ها و شباهت‌ها را بنویسید. همانطور که گفته شد فضای نمایشگاهی باید محصور به دیوارهایی باشد اما این قانون کلی و همیشگی نیست و یک غرفه می‌تواند از چهار سمت دیواری جداکننده نداشته باشد. اما در بسیاری موارد و به خصوص در سالن‌های بزرگ صاحبان غرفه ترجیح می‌دهند به صورت منظم دیوارهای جداکننده، فضا را از دیگر غرفه‌ها جدا کند. بسیاری از غرفه‌ها به وسیله سه دیوار پوششی محصور می‌شوند و سمت ورود معمولاً باز است در پیشانی فضای باز ورودی تابلویی نصب می‌شود که نام و عنوان غرفه بر روی آن نوشته شده است. در طراحی یک غرفه مثلاً یک غرفه کتاب می‌توان روش‌های گوناگونی به کار برد. مانند استفاده از حجم‌های ساده مکعب شکل که ارتفاع‌های مختلف داشته باشند، همچنین از دیوارها نیز با ایجاد قفسه‌های منظم و یا نامنظم برای چیدمان کتاب‌ها می‌توان استفاده کرد. البته نه به صورت کتابخانه‌ای بلکه به صورت قرار دادن کتاب به شکل ایستاده و از روبرو با استفاده از پایه‌های مخصوص برای نمایش کتاب‌ها سود برد.

ستون‌های هشت وجهی

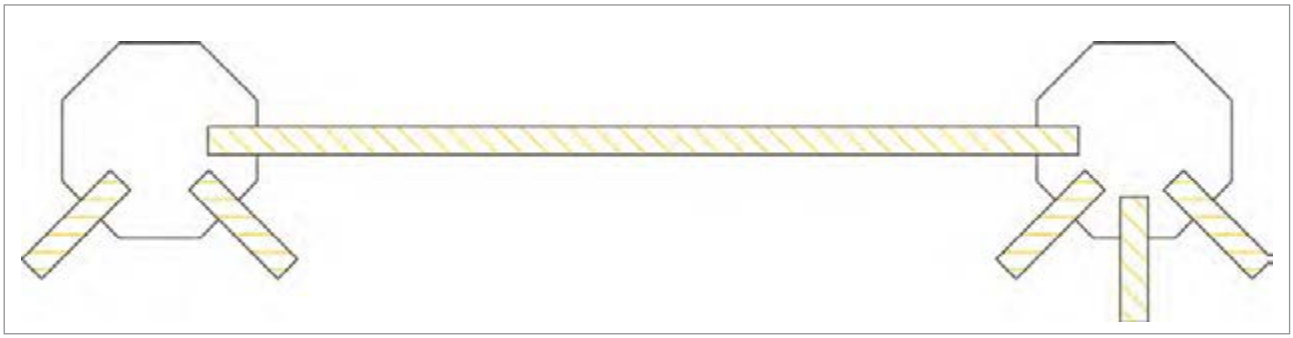
ستون‌ها می‌توانند از جنس چوب و یا فلز در نظر گرفته شوند. در اینجا به مقطع یک ستون نمایشگاهی که امکان قرارگیری دیوارها را در هشت زاویه خود دارند نگاه می‌کنیم.



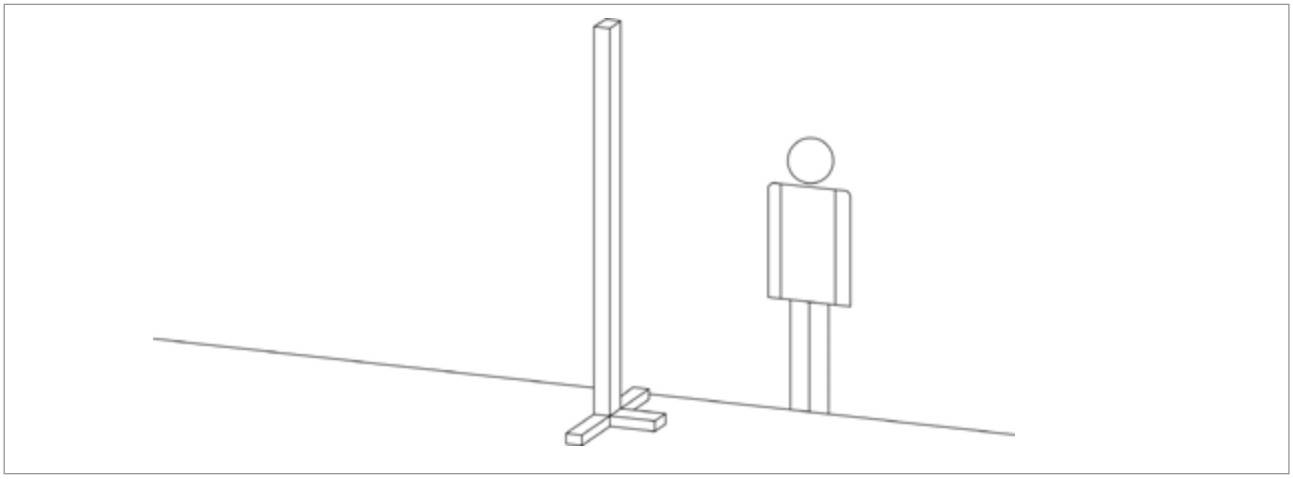
▲ تصویر ۴- مقطع ستون نمایشگاه



▲ تصویر ۵-قرارگیری پنل ها در شکاف ستون ها در زوایایی ۹۰و ۴۵ درجه



▲ تصویر ۶- پنل ها در شکاف تعبیه شده یک ستون چیدمان های مختلفی را ایجاد می نماید



▲ تصویر۷- اشل انسانی

چیدمان غرفه کتاب

با توجه به ساخت دیوارهای یک غرفه نمایشگاهی ، مساحتی در اختیار برگزار کننده یا شرکت‌کننده (صاحب غرفه) گذاشته می‌شود. طراح می‌تواند از طریق سیستم مدولار ابعاد و فضای دلخواه را در نمایشگاه کتاب ایجاد کند.

چیدمان در یک غرفه نمایشگاهی مانند چیدمان تصویر و نوشته‌ها در یک صفحه روزنامه و یا مجله است و نیاز به یک طرح کلی دارد.

اگر صفحه‌آرایی را طراحی بر روی یک سطح ۲ بعدی بدانیم، طراحی غرفه در فضای ۳ بعدی حجم آرایی می‌شود مانند صفحه‌آرایی در یک بسته‌بندی که چند وجه دارد و از چند سمت دیده می‌شود و مطالب و تصاویر روی آن باید با توجه به حجم و شرایط دیده شدن آن قبل و بعد از فروش سازماندهی شود. در یک غرفه نیز چنین است. مسیر حرکت و توجه بیننده در فضای نمایشگاهی به مکان ورود، ادامهٔ مسیر و نیز خروجِ افراد بستگی دارد. بنابراین چیدمان آنچه که باید به نمایش درآید پلان‌بندی و اولویت‌بندی خواهد داشت. مثلاً چه کتاب‌هایی باید به خاطر اهمیتشان در فروش و معرفی آنها در جای بهتری قرار گیرند. گاهی می‌توان ماکت بزرگی از کتاب‌های برتر را ساخت و یا روی جلد آنها یک پوستر بزرگ طراحی و روی دیوارهای غرفه چسبانده شوند.

▲ تصویر۸-چیدمان کتاب روی حجم های مکعب شکل با ارتفاع متغیر

▲ تصویر۹- چیدمان کتاب روی طبقه‌های کوچک و بزرگ

این مکعب‌ها می‌توانند از چوب نئوپان با ضخامت نیم تا ۱ سانتی‌متر ساخته و سپس به رنگ سفید رنگ‌آمیزی شوند. رنگ سفید برای نمایش جلد کتب که اکثراً دارای طرح‌های گرافیک رنگی هستند مناسب‌ترین زمینه را برای دیده شدن ایجاد می‌کنند.

فعالیت کارگاهی

۱. به وسیله مواد و ابزارهایی ساده در گوشه‌ای از کارگاه حجم‌های مکعب مستطیل بسازید و بر روی آنها طرح‌های رنگی بزنید سپس بر روی آن کتاب‌های درسی خود را بچینید.
۲. مقایسه کنید برای نمایشگاه کتاب‌های درسی در یک غرفه نمایشگاه کتاب کدام رنگ‌ها مناسب‌تر است.

۱- طراحی هویت سازمانی غرفه کتاب:

اگر فرض اول بر این باشد که یک ناشر قرار است غرفه‌ای در نمایشگاه داشته باشد، طراحی گرافیک غرفه از برنامه هویت سازمانی آن ناشر تبعیت می‌کند. هر نهاد و موسسه‌ای دارای مجموعه‌ای پیش‌بینی شده از طرح نشانه اوراق اداری، عناصر بصری و نوشتاری ویژه در یک کتابچه است که هویت سازمانی آن نهاد یا موسسه را معرفی می‌کند. در این کتابچه نکات بسیار مهم هویت بصری، ۲ بعدی و حتی ۳ بعدی برای یک سازمان طراحی می‌شود. بنابراین طراحی گرافیک یک غرفه باید تابع دستورالعمل‌های دفترچه هویت سازمانی باشد.
اولین و مهم‌ترین نکته، نام و نشانه است که باید در پیشانی غرفه جانمایی شود. بنابراین باید برای محل، نام و نشانه ناشر یا انتشارات کتاب، فکر و طراحی و بهترین مکان به آن اختصاص داده شود.

▲ تصویر ۱۰- نمای سه بعدی از غرفه‌های یک نمایشگاه کتاب

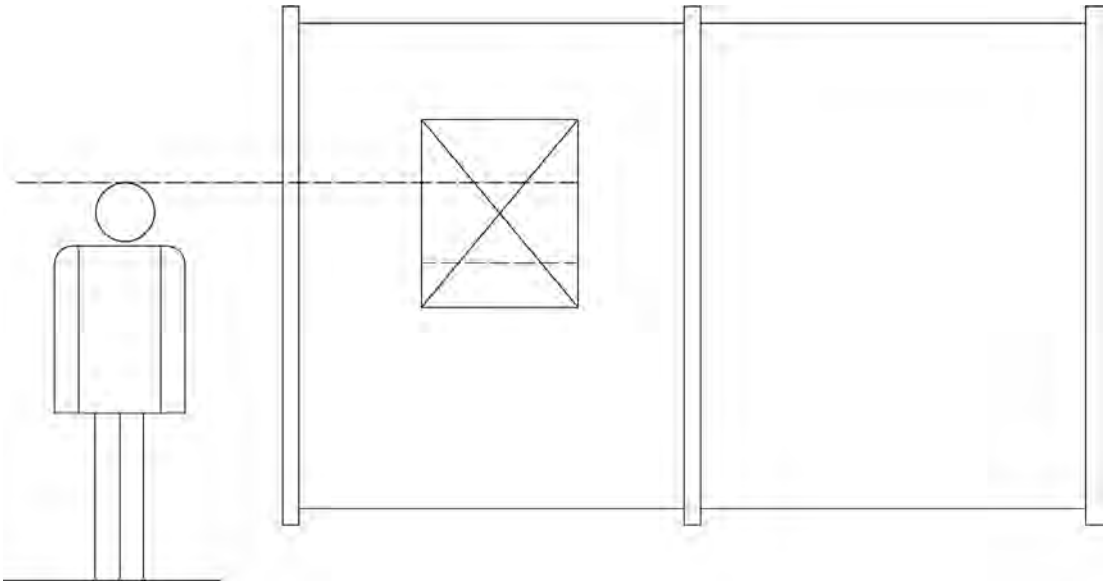
فعالیت گروهی

با جستجو در اینترنت نمونه تصاویری از نمایشگاه‌های کتاب قرآن، وسایل الکترونیکی، نمایشگاه مبلمان و لوازم اداری، نمایشگاه مواد غذایی پوشاک و ... در کارگاه به نمایش بگذارید و با راهنمایی هنرآموز به پرسش های زیر پاسخ دهید.

۱- هویت سازمانی در این غرفه‌های نمایشگاهی چگونه است؟
۲- رنگ غرفه با هویت سازمانی هماهنگی دارد؟
۳- در غرفه از طراحی نشانه استفاده شده است؟
۴- در غرفه از تایپوگرافی استفاده شده است؟
۵- نورپردازی با چه نگاهی در طراحی غرفه انجام شده است؟
۶- تجهیزات غرفه را لیست کنید و در یک جدول بنویسید. (مانند استند، پیشخوان و ...)
۷- آیا پیشانی و نام غرفه جذاب و قابل توجه است؟

نصب پوستر روی دیوار غرفه

اگر تصمیم بگیریم که در غرفه کتاب از پوستر نیز استفاده شود بنابراین باید؛ ارتفاع پوستر به سه قسمت مساوی تقسیم شود و هنگام نصب این نکته در نظر گرفته شود که خط $\frac{۱}{۳}$ بالای پوستر مقابل چشم ناظر قرار گیرد.



▲ تصویر۱۱- رابطهٔ مستقیم ارتفاع ناظر و تابلو

نکته

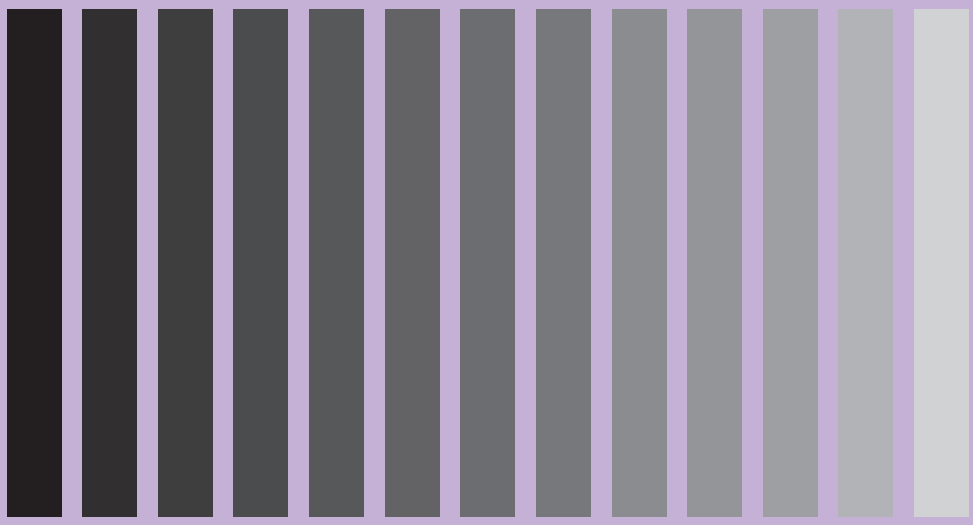
معمولاً برای این محاسبه، یک فرد با قد متوسط در نظر گرفته می‌شود
تقسیم ارتفاع پوستر به ۳ قسمت مساوی و سپس در موقع نصب قرار گرفتن خط یک سوم از بالا مقابل چشم یک بیننده با قامت متوسط محاسبه شود.

گرافیک غرفه‌های نمایشگاه کتاب

طراحی روی جلد کتاب یکی از رشته‌هایی است که طراحان گرافیک بسیار علاقه‌مند به انجام آن هستند. جلد کتاب همانند ویترین عمل می‌کند و طرح مناسب برای آن در موفقیت فروش کتاب، بسیار مؤثر است. در واقع غرفه کتاب محل عرضهٔ طرح‌های گرافیکی است که روی جلد، عطف، پشت جلد و صفحه‌آرایی داخلی فضای مطلوبی را ایجاد می‌کنند.
بنابراین طراح غرفه باید آگاه باشد که چگونه این نمونه‌های گرافیکی را به بهترین شکل ممکن، گرد هم آورد.
انتخاب رنگ‌ها برای پس‌زمینه‌ها (سطوح و حجم‌ها) در غرفه کتاب بهتر است تابع رنگ‌های خنثی باشد.

نکته

البته اگر صاحب کار (ناشر) دفترچه یا کتابچه هویت بصری سازمانی داشته باشد با توجه به اولویت‌های تدوین شده رنگ‌ها انتخاب شوند. رنگ‌های خنثی عبارت‌اند از: سفید، انواع خاکستری‌های خنثی (بدون گرایش به سردی یا گرمی) و رنگ سیاه.



▲ تصویر ۱۲- طیف خاکستری

روی جلد کتاب‌های برتر مورد نظر ناشر را می‌توان با ابعاد بزرگ به عنوان پس‌زمینه (بک‌گراند)[1] به کار برد.
با تکنیک کاترپلاتر [2] می‌توان در طراحی غرفه پاراگراف‌هایی از کتاب را با حروف و رنگ زمینه مناسب در ابعاد بزرگ ساخت و در مقابل دید بازدیدکننده غرفه قرار داد.
طراح غرفه با این گونه تمهیدات می‌تواند مخاطب را برای دقایقی به فکر و تأمل وادارد. (مجبور نماید) در این زمینه تایپوگرافی (حروف‌نگاری) کمک می‌نماید، که به آن خواهیم پرداخت. در عین حال باید توجه داشت که مجموعه از نظر شلوغی بصری، آشفتگی ایجاد نکند و هر فرم و رنگی به اندازه و در حد نیاز و کاربرد موثر به کار گرفته شود.
در طراحی غرفه کتاب می‌توان از شرایط ویترین یک کتاب‌فروشی نیز استفاده کرد و البته این ویترین باید به‌صورتی در مجموعه غرفه قرار گیرد که حرکت و گردش آزاد مخاطب در غرفه محدود نشود. بنابراین اندازه‌ها و مقیاس‌ها باید مورد توجه قرار گیرند. از به‌وجود آوردن راهروهای تنگ باید پرهیز نمود و توجه داشت که در شرایط ازدحام بازدیدکنندگان، فضای رفت و آمد سهل و آسان باشد.

نکته

این حرکت آسان در غرفهٔ نمایشگاه کتاب، مانند تدبیری است که در طراحی و صفحه‌آرایی یک روزنامه برای اولویت‌بندی عناوین و تیترها در نظر می‌گیریم.

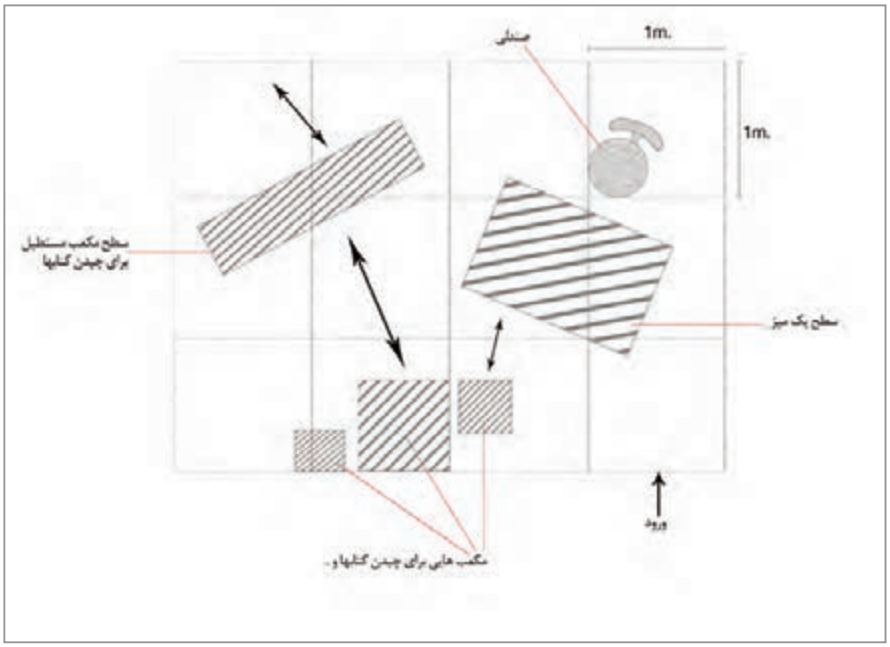
اهداف فرایند و شیوه‌های طراحی گرافیک غرفه

در طراحی گرافیک و به طبع آن در طراحی گرافیک یک غرفه کتاب شیوه‌ها و فنون اجرایی غرفه تابع اهداف اولیه طراح (فکر و ایده راهبردی) است. ایده و فکر اولیه پایه و اساس اجرا را می‌سازد.
هماهنگی با ناشر بسیار مهم بوده و اینکه او چه برنامه و هدفی در برپایی غرفه خود دارد در طراحی گرافیک غرفه مؤثر است. علاوه بر این می‌توان ایده‌ها را از میان کتاب‌های برتر ناشر انتخاب کرده و برای گرافیک غرفه، از محتوای کتاب‌ها ایده گرفت.
طراحی غرفه کتاب مانند طراحی صحنه نمایش است. داستان‌ها، پرسوناژها، رویدادها و جملات کلیدی از میان صفحات یک کتاب می‌تواند اساس نقطه توجه و ایده کلیدی در گرافیک باشد.
جلب توجه اصل بسیار مهم در طراحی غرفهٔ نمایشگاه است همانطور که جلب توجه در طراحی یک پوستر بیننده را به مکث و توقف دعوت می‌کند. غرفه نمایشگاه نیز باید مخاطب را به ورود به غرفه تشویق کند.
برای رسیدن به این هدف اصل سادگی همیشه مهم بوده است. ساده و بی‌پیرایه بودن در طراحی گرافیک و به طور خاص در گرافیک غرفه نمایشگاه در عین اینکه احساس می‌شود آسان است اما در عمل دشواری‌های خود

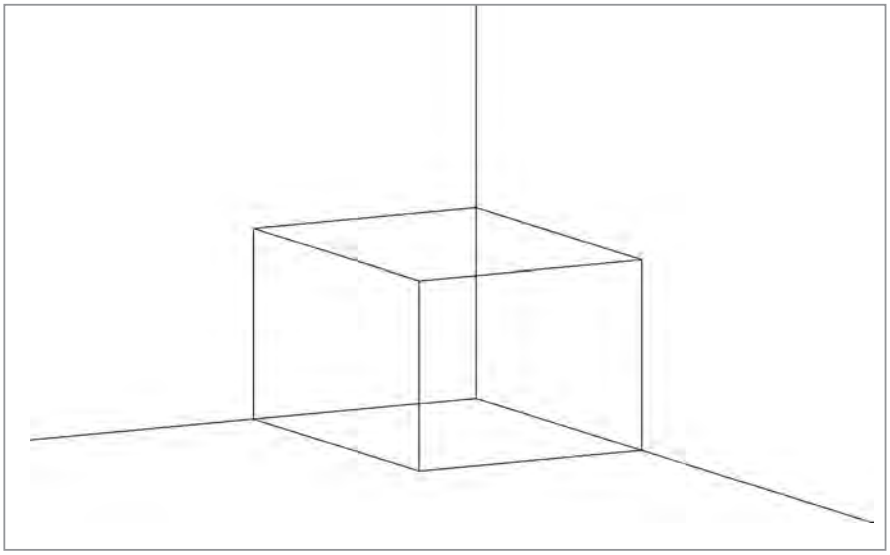
1. Background

۲.تکنیک برش حروف به وسیلهٔ کامپیوتر که مناسب کارهای نمایشگاهی است و در آن سولفون‌های پشت چسب دار نیز استفاده می‌شود.

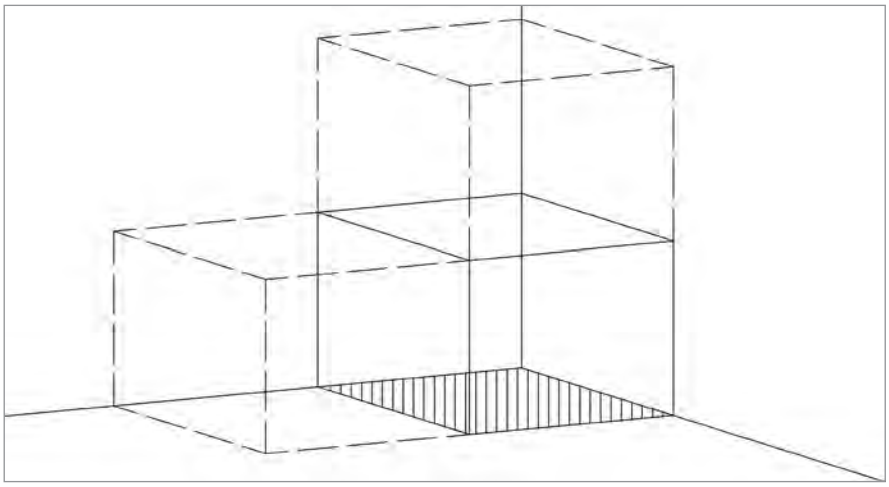
را دارد. سادگی در طراحی گرافیک غرفه، می‌تواند زمینه خوبی برای بهتر دیده شدن خود کتاب‌ها و جلد آنها باشد. شکل مربع در حالت دو بعدی و مکعب در حالت سه بعدی یکی از راه‌های آسان برای ایجاد سادگی گرافیکی و فضایی ایستا و محکم در طراحی غرفه به شمار می‌رود.



▲ تصویر ۱۳- برای طراحی اولیه یک غرفه و چیدمان عناصری که قراراست در آن شرکت داشته باشند، می توانند با نمایش کف یک غرفه و با استفاده از خطوط خط چینی تناسبات متریک غرفه را رسم نموده(مثلا در این جا ۳X۴) و سپس ملزومات لازم مثل میز، صندلی، کتابخانه و ... را از دید بالا (پلان) جانمایی نمائید و با تغییرات و جابجایی بهترین شرایط را برای اجرا آماده نمائید.

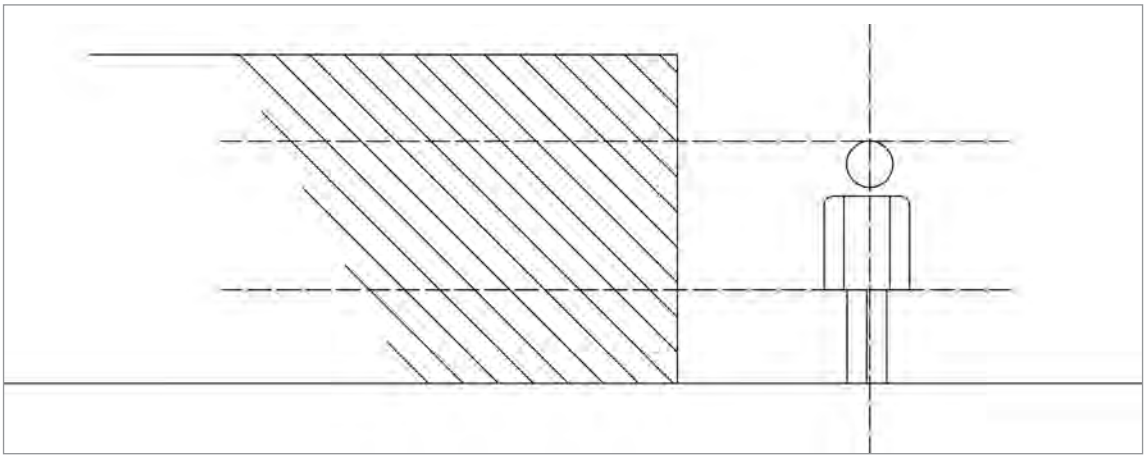


▲ تصویر ۱۴- مقیاس و اندازه‌های پلان بر اساس سیستم استفاده از میلی متر و سانتی متر (متریک)



تصویر۱۵- طراحی پلان مکعب‌ها و رعایت مقیاس

در طراحی‌های پلان و سپس نماها توجه به مقیاس و اشل، تناسبات قد انسان ضروری است.



تصویر۱۶- اشل انسانی

فعالیت کارگاهی

با راهنمایی هنرآموز و با توجه به تصاویر به سؤالات زیرپاسخ دهید.

- در کدام‌یک از عکس های زیر طراحی غرفه انجام شده است؟
- آیا در طراحی غرفه از نمادهای ساده و هندسی استفاده شده است؟

- به نظر شما تفاوت طراحی برای غرفه کتاب با طراحی غرفه برای یک شرکت تولید لوازم خانگی در چیست؟ نظر خود را به صورت گزارشی در کلاس ارائه کنید.
- برای جذب مخاطب در غرفه از چه ترفندهای تبلیغاتی می توان استفاده کرد؟ چند نمونهٔ تصویری به کلاس آورده و ارائه کنید.
پیشنهادهای خود را برای طراحی غرفه با موضوعات زیر بیان کنید.

۱- طراحی غرفه کتاب های علمی کودکان:
۲- طراحی غرفه کتاب های داستان کودکان:

عوامل مؤثر در طراحی غرفه (بر اساس خواسته و بودجه سفارش‌دهنده)

ایده‌یابی: ایده‌های چیدمان متنوع است مثلاً در بعضی موارد غرفه‌های نمایشگاهی از عناصر طبیعی مانند درخت یا مناظر طبیعی و ابزار و اشیاء مرتبط یا غیر مرتبط استفاده می‌کنند. مثلاً چیدمان یک میز و قرار دادن یک ماشین تحریر روی آن همراه یک خودنویس با مقداری کاغذ و مداد و قلم، فضایی شبیه میز یک نویسنده ایجاد می‌کند که می‌تواند فضای غرفه یک نمایشگاه را از خشکی و یکنواختی درآورده و شکلی متنوع به آن بدهد.

فرم ، رنگ: بازی رنگ‌ها با حروف هم جلوه‌های زیبایی از گرافیک را در فضای غرفه‌های نمایشگاهی به‌وجود می‌آورد. رنگ‌ها از عوامل مهم جذب مخاطب هستند و در خاطره‌ها باقی می‌مانند. بنابراین وسایل و تجهیزات و مبلمان و لوازم به کار گرفته شده در غرفه باید دارای رنگ متناسب با هویت سازمانی و کیفیت اجرایی خوبی باشند. استفاده از رنگ‌های مختلف در غرفه و چیدمان باید هم‌خوانی لازم را با یکدیگر و با موضوع اصلی نمایش غرفه داشته باشد.

فعالیت کارگاهی

چیدمان غرفه نمایشگاه کتاب را بر اساس هویت سازمانی ناشرین، با هم مقایسه کنید حداقل دو ناشر را انتخاب کرده و در دو پاراگراف به توصیف آنها بپردازید و از غرفه هر یک عکسی تهیه کنید و نتایج خود را در کلاس به نمایش بگذارید.

ویترین (استند نمایش کالا، میز و صندلی): در برخی از چیدمان ها، تمرکز اصلی طراح گرافیک بر استندهای نمایشی و یا پیش خوان های داخل غرفه است.

▲ تصویر ۱۷

▲ تصویر ۱۸

▲ تصویر ۱۹

▲ تصویر ۲۰

نورپردازی : برای دیده شدن عناصر به نمایش درآمده در یک غرفه کتاب نور کافی لازم است. در سالن‌های بزرگ که غرفه‌ها به صورت یونیفرم در کنار هم قرار دارند معمولاً یک نور کند و مسطح ، مسلط و سراسری نصب می‌شود. اما در قسمت‌های داخلی غرفه به دو نوع نور نیاز داریم:

۱- نوری که کل فضا را روشن کند
۲- نورهای موضعی که قسمت‌های مهم کار را مورد توجه چشم بیننده قرار می‌دهد. (نور در طراحی غرفه مانند نور در یک اثر گرافیکی از طریق رنگ‌های تیره و روشن نیز ایجاد می‌شود.)

تایپوگرافی : حروفی را که در غرفه کتاب به کار می‌رود از نظر شخصیت قلم با محتوا و معنی جمله سنجیده و انتخاب می‌شود. و در طراحی غرفه‌ها کلمات و جمله‌های مختلفی که از طرف سفارش‌دهنده به طراح داده شده است استفاده می شود. هر چند در قلم‌های فارسی تنوع چندانی در مقابل قلم‌های لاتین در دسترس طراحان نیست ولی در شرایط حاضر قلم‌های فارسی مناسب برای کاربردهای نمایشگاهی کم نیستند، بنابراین بهتر است از قلم‌هایی که برای تیتر و عناوین اصلی ساخته شده‌اند در طراحی غرفه کتاب استفاده کرد.

نمونه‌ها:

فونت تیتر:	**انتشارات کتاب های درسی ایران**
فونت اردیبهشت:	**نشر کتاب های علمی ایران**
فونت زر سیاه:	**نشر کتاب های داستانی ایران**
یکان سیاه:	**نشر کتاب های اجتماعی ایران**
نستعلیق:	**نشر کتاب های ادبی ایران**

تایپوگرافی غرفه کتاب

در بسیاری موارد طراحی گرافیک غرفه‌های نمایشگاه کتاب با نمای زیبایی از حروف و حروف‌نگاری انجام می‌شود. بازی رنگ‌ها با حروف هم جلوه‌های زیبایی از گرافیک را در فضای غرفه‌های نمایشگاهی بوجود می‌آورند. انتخاب قلم مناسب برای متن‌های مختلف اصل اساسی در طراحی کتاب و به طبع آن در طراحی غرفه برای کتاب است.

▲ تصویر۲۱

▲ تصویر۲۲

▲ تصویر۲۳

▲ تصویر ۲۴

▲ تصویر ۲۵

▲ تصویر ۲۶

▲ تصویر ۲۷

▲ تصویر ۲۸

▲ تصویر ۲۹

▲ تصویر ۳۰

▲ تصویر۳۱

▲ تصویر۳۲

▲ تصویر۳۳

فعالیت گروهی

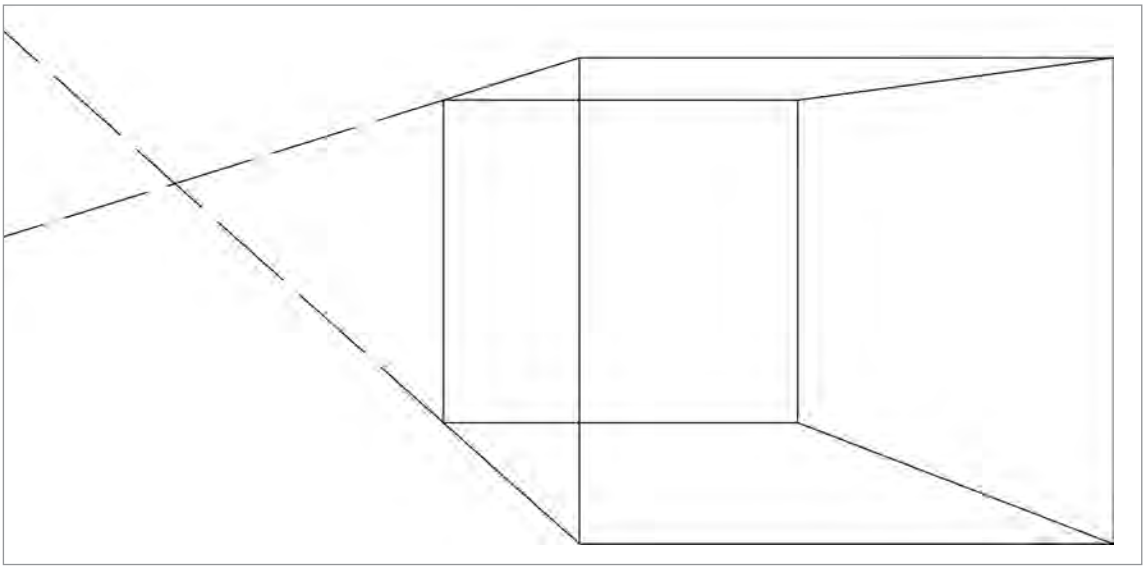
۱. به تصاویر صفحهٔ قبل نگاه کنید و برای هر یک از آنها ، نوع چیدمان را بر اساس ایده یابی ، نورپردازی استفاده از تایپوگرافی و ... مشخص کنید .
۲. به سایت‌های نمایشگاه‌های کتاب مراجعه کرده و از طراحی حروف در غرفه‌ها تصاویری را جست‌وجو و در یک فایل ذخیره کنید، سپس دربارهٔ انواع فونت‌ها و شیوهٔ ارائهٔ آن در آرایش غرفه‌ها با یکدیگر به گفت وگو بپردازید.

فعالیت کارگاهی

در گوشه‌ای از کارگاه یا کلاس درس به وسیلهٔ چهارپایه‌های ساده و یا حجم‌های مکعبی غرفهٔ ارائهٔ کتاب را ایجاد کنید و بر دیواره‌های بیرونی مکعب‌ها با استفاده از فونت‌های متنوع و کاغذهای شبرنگ و یا رنگی طراحی حروف انجام دهید.

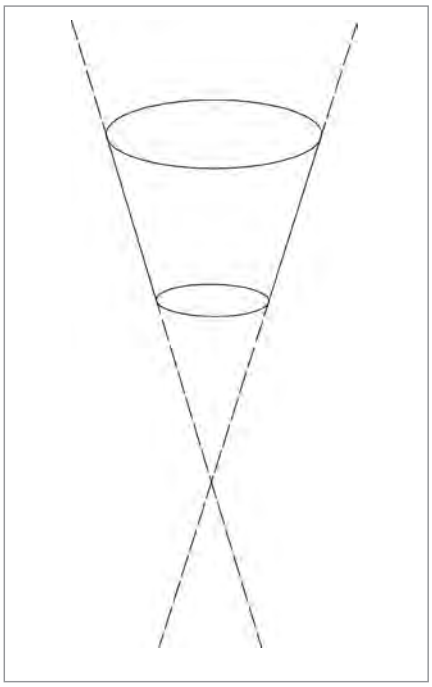
پیش‌طراحی (اسکچ)

بهترین روش برای تهیه پیش‌طرح‌های اولیه استفاده از الگوهای پرسپکتیو ایزومتریک یا استوانه‌ای است. در این نوع پرسپکتیو نقطه گریز خطوط به یکدیگر برخورد ندارد [۱].

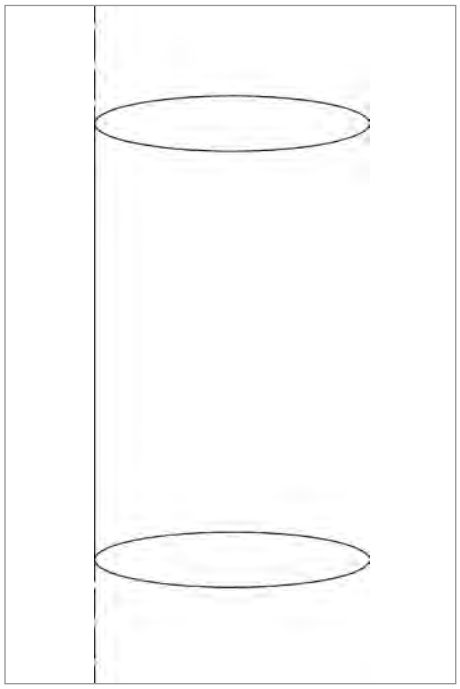


▲ تصویر ۳۴

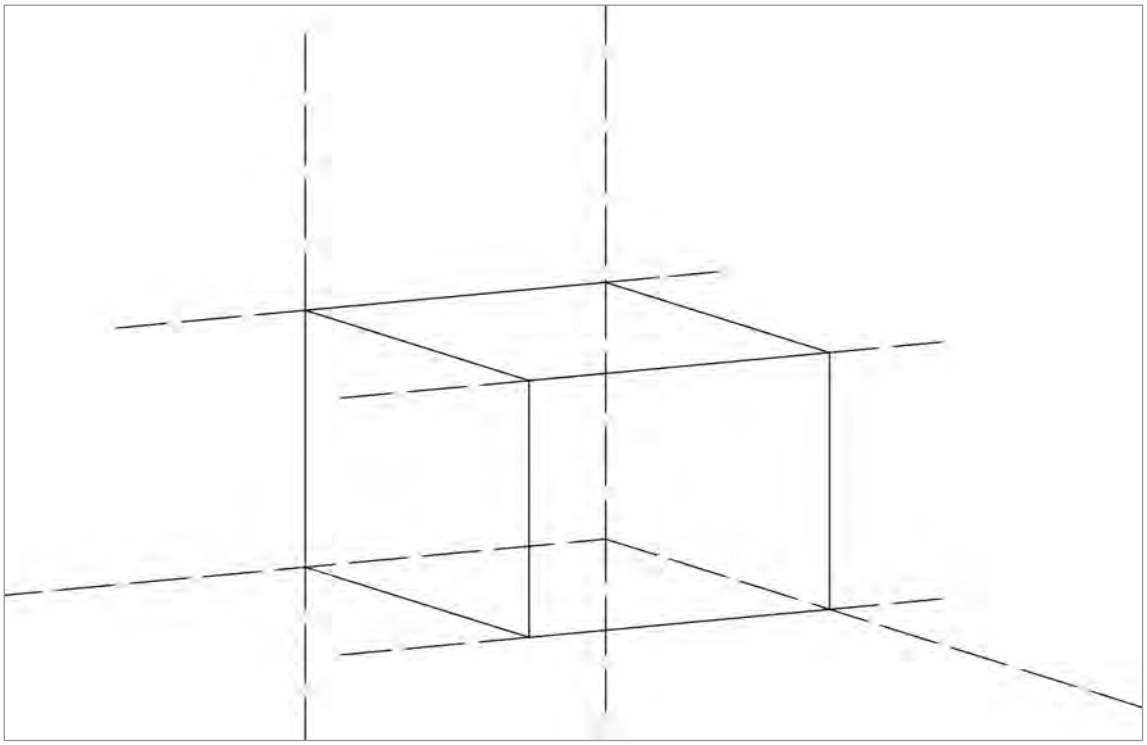
۱. برای آشنایی بیشتر می‌توانید به فصل ۶ کتاب طراحی و زبان بصری پایهٔ دهم دوره دوم متوسطه شاخهٔ فنی و حرفه‌ای مراجعه کنید.



▲ تصویر۳۵-پرسپکتیو مخروطی که نقطهٔ گریز و خطوط با یکدیگر برخورد دارند.



▲ تصویر۳۶-استفاده از الگوهای پرسپکتیو ایزومتریک یا استوانه ای



▲ تصویر۳۷

اسکچ‌ها را می‌توان با تکنیک‌های جذاب آبرنگی آماده و تکمیل نمود و قبل از اجرای رایانه‌ای با سفارش‌دهنده در یک جلسه مورد بررسی قرار داد. معمولاً طرح‌های دستی قوی که در آن جزئیات هم آورده شده برای سفارش‌دهنده جذاب و جالب است.

تحلیل و نیازسنجی سفارش‌دهنده و مخاطب

در طراحی گرافیک غرفه استفاده از تکنیک‌های گوناگون اجرا با توجه به نیازهای پروژه در دستور کار طراحی قرار می‌گیرد. یکی از این تکنیک‌ها که همیشه کارساز بوده، استفاده از تکنیک‌های عکاسی است.
عکاسی از روی جلد کتاب‌ها و سپس ماکت کردن آنها (پرینت) در ابعاد بزرگ یکی از این روش‌ها است.
نمایش روی جلدها که دارای طراحی گرافیک خوب هستند در طراحی غرفه کتاب یکی از بهترین راه‌حل‌هاست.

فعالیت کارگاهی

چند کتاب مورد علاقه خود را (درسی یا غیر درسی) از یک انتشارات انتخاب کنید، از جلد آن‌ها عکاسی کنید و از فایل عکس‌ها، به صورت لمینت و یا روش‌های دیگر ماکت تهیه کرده و در غرفه خود ارائه کنید.

پذیرش سفارش

جلسه سفارش[1] اولیه

گفت‌وگوی جلسهٔ اول به درخواست سفارش‌دهنده برای انتقال شرح سفارش و توافق طراح و صاحب کار برای شروع کار است. در این جلسه طراح باید از طرز تفکر صاحب کار و اهداف او یادداشت بردارد و اطلاعات کافی به‌دست آورد که بتواند بر اساس آن برآورد اولیه واقع‌بینانهٔ قیمت طراحی را محاسبه و تعیین کند.
طراح می‌تواند از تعرفه‌های موجود[2] استفاده کرده و برآورد قیمت را محاسبه کند. باید توجه داشت برآورد دستمزد و طراحی بر اساس اینکه کار ساده است یا پیچیده یا پر از جزئیات و نیز با توجه به مساحت و اندازه غرفه تعیین شود. به‌طور مثال محاسبهٔ برآورد یک متر طراحی، تعیین می‌شود و در مساحت کل غرفه ضرب شده و جمع برآورد نزدیک به شرایط را به‌دست می‌آورد. مثلاً اگر طراحی یک متر مربع A تومان باشد و غرفه ۸ متر مربع باشد: پس قیمت طراحی غرفه عبارت است از:

$$\text{کل قیمت} = A \times ۸$$

1.Brief

۲. تعرفه‌های موجود انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (بند تبلیغات محل فروش)

میزان قیمت واحد متر مربع موضوع مهمی است که طراح در جلسات بریف با مشتری و با توجه به جزئیات کار می‌تواند بدست آورد. ضمناً از یادداشت‌ها و گفت‌وگو با مشتری، طراح در مسیر فرایند طراحی می‌تواند برای به‌دست آوردن ایده‌های اولیه استفاده کند.

در اولین جلسه شایسته است طراح آلبومی از نمونه کارهای خود را همراه داشته باشد تا صاحب کار بتواند در مورد توانایی‌های حرفه‌ای او آگاهی کامل بدست آورد. پس از جلسات بریف و ارائهٔ برآورد اولیه قیمت طراحی، موضوع عقد قرارداد از اهمیت زیادی برخوردار است. این قرارداد باید شامل موارد قابل پیگیری حقوقی باشد بنابراین در تنظیم آن از مشاوران حقوقی استفاده می‌شود که در آن موضوع و شرح سفارش، قیمت و دستمزد طراحی، زمان‌بندی انجام، تحویل پروژه؛ شرح وظایف دو طرف قرارداد و موارد حقوقی بیمه نیز به دقت مشخص شده است.

توصیه می‌شود که طراح بدون عقد قرارداد و دریافت پیش‌پرداخت کاری را شروع نکند. تجربه نشان داده که کار بدون قرارداد به سود سفارش‌دهنده است و در بسیاری موارد طراح نمی‌تواند در پایان کار حق‌الزحمه خود را دریافت نماید.

فعالیت کارگاهی

چند نمونه از قراردادهای طراحی گرافیک غرفه نمایشگاهی را از طریق اینترنت و یا روش‌های دیگری جست‌وجو و در کلاس ارائه کنید. و با هنرجویان دربارهٔ آن گفت‌وگو کنید.

ارزشیابی شایستگی طراحی گرافیک غرفه نمایشگاه کتاب

شرح کار:

طراحی گرافیک غرفه های نمایشگاه های کتاب با رعایت اصول و نکات فنی طراحی بر اساس هویت سازمانی و مخاطبین غرفه‌ها

استاندارد عملکرد:

طراحی گرافیک نمایشگاهی بر اساس سفارش مشتری و بکارگیری هویت سازمانی سفارش‌دهنده

شاخص ها:

۱- انتخاب رنگ، فرم و حجم و فضای مناسب

۲- تناسب تصاویر و نوشته ها در فضای غرفه

۳- اجرای طرح در نرم افزار

شرایط انجام کار و ابزار و تجهیزات:

زمان : ۲ ساعت (تحویل فایل نهایی)

مکان:آتلیهٔ گرافیک

ابزار و تجهیزات:ابزار طراحی - رایانه - ابزار رنگ

ابزار و تجهیزات مورد نیاز انجام کار:

۱- رایانه با نرم افزار های مرتبط(D3-IA-hP)

۲- اسکنر- رایانه- دوربین

۳- متر، کاغذ، نوشت ابزار، ابزار طراحی

۴- میزکار، صندلی و نور مناسب

معیار شایستگی:

ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	پذیرش سفارش	۱	
۲	آماده سازی مقدمات پروژه	۱	
۳	طراحی کردن نمونه های اولیه	۲	
۴	ارائه طرح ها به مشتری و اصلاح طرح	۱	
۵	نظارت به اجرا و تحویل پروژه	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرش: مدیریت منابع، صرفه‌جویی، تفکیک ضایعات، استفاده از ابزار و وسایل ایمن شایستگی های تفکر، داشتن درک درستی از سیستم سازمانی	۲	
	میانگین نمرات		*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می باشد.

منابع و مآخذ

- سند برنامهٔ درسی رشتهٔ فتو-گرافیک،۱۳۹۳،دفترتألیف کتاب‌های درسی فنی و حرفه‌ای و کاردانش
- افشار مهاجر، کامران، تهران، ۱۳۸۱،گرافیک مطبوعاتی، انتشارات سمت
- افشار مهاجر، کامران، تهران، ۱۳۸۸،گرافیک در صنعت نشر، انتشارات سمت
- باوی، امید ، حسینی، محمد حسن ، مرجع کامل آموزش این دیزاین ، انتشارات عابد
- ممیز، مرتضی، تهران، ۱۳۸۰، طراحی روی جلد، نشر ماه ریز
- تشکری، پریسا، کاشانی ، مجید، تهران،۱۳۹۳، ویترین، فرهنگسرای میردشتی
- سعیدی، مهدی، تهران،۱۳۹۲، از خط تا خط، نشر آبان
- ادیبی، فرزاد، تهران، ۱۳۸۴،طراحان گرافیک معاصر ایران ۶ ، انتشارات یساولی
- زرین کلک، نورالدین، تهران، ۱۳۸۵،طراحان گرافیک معاصر ایران ۸ ، انتشارات یساولی
- مشکی، ساعد، تهران، ۱۳۸۶،طراحان گرافیک معاصر ایران ۱۰، انتشارات یساولی

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی جهت ایفای نقش خطیر خود در اجرای سند تحول بنیادین در آموزش و پرورش و برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران، مشارکت معلمان را به‌عنوان یک سیاست اجرایی مهم دنبال می‌کند. برای تحقق این امر در اقدامی نوآورانه سامانه تعاملی بر خط اعتبارسنجی کتاب‌های درسی راه‌اندازی شد تا با دریافت نظرات معلمان دربارهٔ کتاب‌های درسی نونگاشت، کتاب‌های درسی را در اولین سال چاپ، با کمترین اشکال به دانش‌آموزان و معلمان ارجمند تقدیم نماید. در انجام مطلوب این فرایند، همکاران گروه تحلیل محتوای آموزشی و پرورشی استان‌ها، گروه‌های آموزشی و دبیرخانهٔ راهبری دروس و مدیریت محترم پروژه آقای محسن باهو نقش سازنده‌ای را بر عهده داشتند. ضمن ارج نهادن به تلاش تمامی این همکاران، اسامی دبیران و هنرآموزانی که تلاش مضاعفی را در این زمینه داشته و با ارائهٔ نظرات خود سازمان را در بهبود محتوای این کتاب یاری کرده‌اند به شرح زیر اعلام می‌شود.

اسامی دبیران و هنرآموزان شرکت کننده در اعتبارسنجی کتاب گرافیک نشر و مطبوعات

رشته فتو گرافیک ـ کد ۲۱۲۵۹۵

ردیف	نام و نام خانوادگی	استان محل خدمت	ردیف	نام و نام خانوادگی	استان محل خدمت
۱	غزال حسینی	اصفهان	۱۱	ماریه حسینی	آذربایجان شرقی
۲	مرجان کیان‌افراز	کرمان	۱۲	حمیرا فلاح دار	البرز
۳	میترا منصوری‌آردکپان	فارس	۱۳	نرمین جودت نیا	آذربایجان شرقی
۴	مهتا شریعتی	شهرستان‌های تهران	۱۴	ندا قلیاب تاب	مرکزی
۵	فاطمه مردانی	خراسان رضوی	۱۵	فاطمه زال	بوشهر
۶	لریتا مکانی	قزوین	۱۶	فاطمه فیروزی	خراسان جنوبی
۷	آزاده سفیدگران	شهرستان‌های تهران	۱۷	مریم جواهری‌شیرازی	خوزستان
۸	هادی عزیزی‌فر	خراسان رضوی	۱۸	ایمن محمودزاده‌دهبارزی	هرمزگان
۹	فاطمه جواهری	قزوین	۱۹	تکتم فرسادی	خراسان جنوبی
۱۰	مریم سلطانی‌بناوندی	کرمان			

هنرآموزان محترم، هنرجویان عزیز و اولیای آنان می‌توانند نظر اصلاحی خود را درباره مطالب کتاب‌های درسی از طریق سامانه «نظرسنجی از محتوای کتاب درسی» به‌نشانی «nazar.roshd.ir» یا نامه به نشانی تهران ـ صندوق پستی ۴۸۷۴ ـ ۱۵۸۷۵ ارسال کنند.

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی