

■ صفحه‌آرایی؛ «مدیریت قرائت متن»

نوشته احمد رضا دالوند

برای شناخت هرچه بیشتر مفاهیم «صفحه‌آرایی» باید رسانه چاپی را کالبدشکافی کرده و ساده‌ترین جزء آن را مبنای مطالعه قرار داد. یک صفحه مستطیلی، ساده‌ترین و ابتدایی‌ترین جزء رسانه چاپی است.

بنابر طبیعت رسانه‌های چاپی، مقادیری اطلاعات نوشتاری و تصویری بر روی سطحی مستطیلی تنظیم می‌شود. این اطلاعات نوشتاری و تصویری در واقع «عناصر ثابت و همیشگی» رسانه‌های چاپی هستند: تیترها، سوتیترها، ستونهای متن، عکس، طرح، نمودار، علایم تصویری مثل سرکلش‌ها، خطوط جداکننده، سفیدیها، فواصل میان ستونها، حواشی یا Margin (بالا، چپ، راست، پایین)، شماره صفحات، سرصفحه‌ها، سرستونها، اسامی (نویسنده، مترجم، گزارشگر، ...)، پانوشتها، منابع و مآخذ...

با استقرار عناصر یادشده بر روی صفحه مستطیلی، دو حالت ممکن است رخ دهد:

۱. صفحه موردنظر مخدوش شود.

۲. صفحه «بارور» گردد.

چنانچه راه حل دوم را خواسته باشیم، بایستی راه و روش «بارور» سازی یک سطح را بشناسیم. بارورسازی به معنای سازماندهی ثمربخش، صحیح و منطقی است. می‌گویید، منطقی قانونی

است که با آن فکر صحیح را از فاسد تشخیص دهند، و نسبت «منطق» به «اندیشه» چون نسبت «عروض» است با شعر»^۱.

نسبت «صفحه‌آرایی» نیز با «محتوا» بی‌شبهت به چنین رابطه‌ای نیست. یعنی اگر عروض، شعر را آهنگین، موزون و پذیرفتنی می‌کند، صفحه‌آرایی نیز باید اطلاعات نوشتاری هر صفحه را به طرز موزون و پذیرفتنی، سازمان‌دهی کند. و این نکته‌ای است که غالباً در نزد ارباب جراید نادیده گرفته می‌شود.

در آستانه هزاره سوم، در شرایطی که نیروی پیام از همه امکانات تقویت‌کننده به ویژه «بیان‌تصویری» به نحوی مؤثر سود می‌جوید، در زمانه‌ای که «کاغذ» و «چاپ» دیگر تنها محمل‌های ارتباطی معتبر محسوب نمی‌شوند، و تجهیزات ماهواره‌ای و کامپیوتری بر بال امواج، خطوط تازه‌ای بر نقشه زمین رسم می‌کنند و معنای مرزها را تغییر داده و تنها توهمی از مرز را بر جای گذاشته‌اند؛ رسانه‌های چاپی نباید و نمی‌توانند هنوز اندر خم شناخت قبای اولیه تولید باشند.

قبل از هر چیز، بایستی برای نشریه یک «نام» انتخاب شود. در نامگذاری نشریه به چند نکته باید توجه داشته باشیم:

- حتی‌الامکان بهتر است نام مورد نظر، تک سیلابی باشد.
- در صورتی که بخواهیم نام نشریه با اهداف و سیاستهای آن متناسب باشد، بایستی با جست‌وجوی فراوان فهرست کاملی از اسامی و واژه‌هایی که نسبت مستقیم یا حتی غیرمستقیم (اما نه نامربوط) با هدف ما دارند تهیه کنیم.
- در نامگذاری به شیوه «نمادین» ممکن است یک رویداد تاریخی، سیاسی، مذهبی یا فرهنگی را محور قرار داده و نام نشریه را تعیین کنیم، مثل: ۱۵ خرداد، ۲۲ بهمن، نوروز، ۱۷ شهریور،

...

- گاه ممکن است اسامی ماهها، فصلها و یا مظاهر طبیعی را به عنوان یک نماد در نظر گرفته و نام نشریه را معین کنیم، مثل: مهر، بهار، بهمن، خرداد، آبان، رعد، طوفان، خورشید، نسیم، فلق، فجر، سحر، ...

- نامگذاری نمادین، گاه هیچ ارتباط ماهوی و حتی شکلی با روش و سیاست یک نشریه ندارد، مثل: کیهان، آشتی، آسیا، شمال، ستاره، ... اگر نشریه‌ای در عرصه مطالعات نجومی چاپ

شود و نام آن را کیهان بگذاریم، در اینجا یک نامگذاری مستقیم و صریح انجام شده، اما وقتی که نام کیهان را برای یک نشریه عمومی یا سیاسی انتخاب می‌کنیم، یک نامگذاری نمادین صورت گرفته است.

— در نامگذاری یک نشریه، زمانی که رویدادی تاریخی، فرهنگی، سیاسی، یا... را به طور نمادین برمی‌گزینیم و آن را تبدیل به نام نشریه می‌کنیم، باید حرمت آن واقعه یا نام معتبر تاریخی، ملی، یا... را مراعات کنیم. مثلاً، اگر دست به انتشار نشریه‌ای بی محتوا، ضعیف و ناکارآمد بزنیم، تکرار نام نشریه به سرخوردگی مخاطبان می‌انجامد و از آن بدتر حرمت و اعتبار آن نام دچار روزمرگی و بی‌محتوایی غیرقابل جبران می‌شود.

پس از تعیین نام نشریه، بایستی نام مورد نظر را طراحی کنیم. پس از طراحی، دیگر فقط با یک «نام» سروکار نداریم، بلکه یک «نشانه نوشته» یا لوگو تایپ (Logo Type) خواهیم داشت.

یک نشانه نوشته (برای استفاده در مطبوعات) دارای چنین ویژگی‌هایی است:

۱. **خوانایی:** یعنی به سهولت، سرعت و بدون مکث خوانده شود و مخاطبان هنگام خواندن آن دچار تردید و سوء برداشتهای مختلف نشوند.

۲. **همخوانی با محتوای نشریه:** کوشش برای همخوانی شکل لوگو تایپ با روش و محتوای نشریه نباید منجر به راه‌حلهای من‌درآوردی و نتایج پیچیده و غیرقابل فهم شود. در طراحی گرافیک به‌طور عام و لوگو تایپ به‌طور خاص باید به خاطر داشت که هر اثر گرافیکی موظف به ایجاد سهولت در رابطه با مخاطب است. مثلاً یک نشریه صنعتی یا یک نشریه ادبی به دو نوع طراحی لوگو تایپ نیاز دارند، که با دخالت در نسبتها، اندازه‌ها، فواصل یا انحناهای حروف می‌توان یکی را مشحون از روحیه‌ای ادبی و دیگری را با جلوه‌ای صنعتی از آب در آورد.

۳. **زیبایی:** بدیهی است که هر اثر گرافیکی باید «زیبا» باشد. اما چرا در بیان ویژگی‌های لوگو تایپ، زیبایی اصل نخست به حساب نیامده و «خوانایی» اصل نخست است؟ زیرا در یک لوگو تایپ رسانه‌ای موفق، زیبایی باید در استخدام خوانایی باشد. به عبارتی، اگر یک لوگو تایپ زیبا، به سهولت خوانده نشود، چه کاربردی دارد؟

نخستین گام پس از طراحی لوگو تایپ، تدوین رژیم بصری جلد نشریه است. مثلاً در یک ماهنامه که براساس صحافی از نوع ته‌چسب یا مفتول جلد می‌شود، دو روش کلی در طراحی جلد (Cover design) وجود دارد:

۱. طراحی جلد «باز»، «تمام صفحه» یا Full Page.

۲. طراحی جلد، با استفاده از کادر ویژه (محل استقرار عکس یا طرح)، به گونه‌ای که بخشی از جلد به صورت آزاد باقی می‌ماند تا عنوان نشریه و سایر اطلاعات ضروری را در آنجا تنظیم کنند. در حالت نخست، تصویر (اعم از عکس، گرافیک، یا...) همه سطح جلد را می‌پوشاند، اما در حالت دوم، تصویر (اعم از عکس، گرافیک، یا...) در یک قاب (کادر ویژه) عرضه شده و سایر اطلاعات، در فضای خارج از کادر تنظیم می‌شود.

توضیح: برخی از نشریات از تلفیق دو روش فوق طرح جلدشان را آماده می‌کنند، که غالباً به اغتشاش و شلوغی نادلچسبی می‌انجامد.

بدیهی است نشریاتی که از ابتدا رژیم بصری جلد خود را معین نمی‌کنند، هرگز به چهره‌ای باثبات و جلوه‌ای مطمئن در نزد مخاطبان خود دست پیدا نمی‌کنند.

بسیاری از جلوه‌های هنر گرافیک از ترکیب و تلفیق دو عامل «نقش» و «نوشته» به دست می‌آید. برای نمونه می‌توان به پوستر، طرح روی جلد کتاب، طرح جلد مجله، طراحی تمبر پستی، طراحی اسکناس، بیلبرد، گرافیک محیطی، طراحی آگهی تبلیغاتی و صفحه‌آرایی اشاره کرد. نکته در خور توجه در اینجا است که هر کدام از گونه‌های هنر گرافیک که برشمردیم، تنها بر روی یک صفحه یا یک سطح رخ می‌دهد.

تعامل خلاق میان «نقش» و «نوشته» چه در پوستر، چه در ابعاد متریک یک بیلبرد و چه در ابعاد کوچک یک تمبر پستی، صرفاً بر روی یک سطح تحقق پیدا می‌کند. اما در صفحه‌آرایی، اعم از صفحه‌آرایی بروشور، کاتالوگ، کتاب، انواع جزوات، مجلات و روزنامه‌ها، از آنجا که صفحات پی‌درپی هستند، تعامل خلاق بر روی دهها صفحه رخ می‌دهد، و باید به مجموعه صفحات فکر کرد.

حفظ یکدستی، نظم و روحیه آشنا در چهره تک تک صفحات، به گونه‌ای که مثلاً اگر یک صفحه از نشریه‌ای ۶۴ صفحه‌ای را جدا کنند، با یک نظر بتوان تشخیص داد که این صفحه مربوط به کدام مجله است. به ویژه این هماهنگی باید در دو صفحه روبه‌روی هم کاملاً رعایت شود.

نخ نامرئی نوعی بصیرت و معرفت زیباشناسانه باید تک تک صفحات یک نشریه را در یک سازماندهی گرافیکی مدیریت کند، تا بتوان به کلیتی سازمان یافته و منسجم دست پیدا کرد.

در یک صفحه‌آرایی پاکیزه، اصولی و خلاق فرصتی برای تفکیک میان امر «خواندن» و «دیدن» باقی نمی‌ماند. به عبارت دیگر، امر دیدنی به تقویت امر خواندنی و بالعکس می‌انجامد. در صفحه‌آرایی – همچون لوگوتایپ –، «زیبایی» فرع بر «کارایی» است. به دیگر سخن، زیبایی صفحه باید به سهولت در امر خواندن بینجامد.

صفحه‌آرایی خلاق، از نوعی منطق به ظاهر نادیدنی تبعیت می‌کند. در چنین رویکردی، لی‌آوت (Layout) بر صفحه و نوشته سوار نیست و مخاطب همزمان از تماشای صفحه و خواندن متن لذت می‌برد، بی‌آنکه متوجه شیوه «مدیریت قرائت متن» که توسط مدیرهنری بر زیبایی‌شناسی صفحه اعمال شده است، بشود.

به تعبیری دیگر، صفحه‌آرایی خلاق مثل موزیک متن فیلم است که در نمونه‌های موفق، موزیک متن در تار و پود تصویر، کلام، حرکت و نور... جذب و هضم می‌شود به‌گونه‌ای که تماشاگر قادر به فاصله‌گذاری و تفکیک میان آنچه می‌بیند، می‌فهمد و می‌شنود نیست.

صفحه‌آرایی باید جزئی از معنا و حس نهفته در متن باشد نه یک ژست بصری و متظاهرانه. در صفحه‌آرایی، توجه و تأکید زیاد بر سازماندهی عناصر بصری، منجر به تحریک بیش از حد میل «دیدن» شده و فعل «خواندن» را به عقب می‌راند.

در تولید یک رسانه چاپی با دو ساحت کاملاً متفاوت رو به‌رو هستیم: یک ساحت «زبانی» که از جنس کلمه ساخته شده و یک ساحت «بیانی» که از جنس تصویر است. متوازن کردن این دو ساحت در یک مجموعه واحد و به هم پیوسته که از صفحات متعدد تشکیل شده، حاصل همکاری خلاق میان سردبیر و مدیرهنری است.

در غلتیدن به وسوسه‌های تفننی در پردازش بصری صفحات، مثل وقتی است که یک نویسنده با عرضه پیچش‌های زائد زبانی، ترکیبهای احساساتی و صفات غیرضروری، دچار نثری جعلی و مغلق می‌شود. از این‌رو، تدوین «دستورکار» در صفحه‌آرایی بسیار الزامی است.

«دستورکار» در واقع یک ارزیابی همه‌جانبه است که مقدار زیبایی و ارزشهای بصری صفحات را با رویکردهای محتوایی نشریه می‌سنجد. دستورکار به کلامی دیگر همان «مدیریت قرائت متن» است.

در مدیریت قرائت متن، دو عامل بنیادین و اصلی در گرافیک مطبوعاتی کنترل می‌شوند:

۱. پردازش عناصر تصویری، یا Graphic System

۲. پردازش عناصر نوشتاری، یا Text System .

از آنجا که «متن» (Text) بیشترین سطح صفحات یک نشریه را می‌پوشاند، پیروی از یک دستورکار در پردازش عناصر نوشتاری اهمیت بسیار زیادی دارد. همه عناصری که در صفحات یک نشریه رؤیت می‌شوند (به استثنای متن) در زمره عناصر بصری به حساب می‌آیند. هرچند که می‌توان از Text نیز بهره‌های گرافیکی متنوعی استخراج کرد، اما تعامل خلاق میان عناصر تصویری و نوشتاری هدف غایی گرافیک مطبوعاتی است. □

پی‌نویس:

۱. قطب‌الدین شیرازی از حکمای قرن هفتم و هشتم هجری.

