



مبانی صفحه‌آرایی و گرافیک مطبوعاتی

تالیف و گردآوری:
مهدی حافظی

خانه نشریات دانشگاه فردوسی مشهد



فهرست مطالب

فهرست مطالب.....	۲
مقدمه:.....	۳
تعریف صفحه آرایی:.....	۳
صفحه آرایی چند وظیفه اساسی را در نشریه عهده دار است:.....	۴
انواع صفحه آرایی.....	۴
۱. صفحه آرایی دستی:.....	۴
۲. صفحه آرایی کامپیوتری:.....	۵
عناصر مهم صفحه آرایی:.....	۵
۱. نام نشریه (لوگو):.....	۵
۲. قطع نشریه:.....	۵
۳. الگوی صفحات (گرید، ماکت یا پایه کار):.....	۶
۳-۱. ترسیم حاشیه ها:.....	۶
الف) حاشیه ها (فضای سفید لبه ها):.....	۷
ب) حاشیه عطف.....	۷
ج) نقطه کانونی.....	۷
۳-۲. فضای سفید (فضای خالی).....	۷
۳-۳. اندازه ستونها و فاصله بین آنها:.....	۷
۳-۴. فاصله سطرها:.....	۸
۳-۵. تیتر (عنوانهای اصلی):.....	۸
۳-۶. سوتیتر (عنوانهای فرعی):.....	۹
۳-۷. یا صفحه:.....	۱۰
۴. عکس:.....	۱۰
۵. جلد:.....	۱۰

مقدمه:

سردبیر آگاه به مسائل روزنامه نگاری و گرافیک همراه با تیمی قوی در صدد ایجاد نشریه ایست یا حرف های نو و بدیع! و باید با طراحی نو و نه آنچه متداول است کار را شروع کند و سادگی را هرگز فراموش نکند. خواننده نوعی مصرف کننده است. یعنی کسی که با اشتیهای کم یا فراوان سراغ غذا می رود.

زبان طرح باید به قدری روان و دور از پیچشهای بی مفهوم باشد که بگذارد فکر خواننده با کمال راحتی پیش برود و همه توجه خود را معطوف به مطلب سازد. بدین سان طراحی در نظر ما باید نوعی اثر هنری جلوه کند که خود دامنه بسیار وسیعی دارد. با کمال تعجب می بینیم که بسیاری از نشریاتی که برای ما خوشایند هستند چنین احساسی را در درون ما بیدار نمی سازند. شاید علت این باشد که طراح باید با همه کوششی که دارد به ارتباط فرم و محتوی زیاد بها نداده است. فرم یعنی گرافیک و محتوی که متن و نوشته های نشریه هستند باید هم ساز شوند. بهترین سبک برای صفحه آرایی سبکی است که از تفاهم صورت و معنی بدست بیاید و لی صورت، خواننده را به خود مشغول ندارد تا خواننده به راحتی به معنی برسد. به گفته آندری تارکوفسکی: درک یک اثر زیبا برای ما ممکن نیست و تنها می توانیم آن را حس کنیم. به تأکید می توان گفت که قطع نشریه و نحوه تنظیم «لی اوت» آن، هم تابع قوانین زیبایی شناسی است و هم سلیقه سردبیر و مدیر هنری، گاه همین سلیقه نو هست که قوانین جدیدی در قلمرو گرافیک مطبوعاتی بوجود می آورد.

زیبایی نشریه تا اندازه بسیار زیادی بسته به سبک معماری اثر است. طراح نشریه باید از لحظه شروع کار یعنی از زمانی که نام نشریه انتخاب شده، سبک کلی اثر، قسمت های گوناگون آن، تنوع آن و تناسبشان، را با هم بسنجد و بخصوص میزان موفقیت در ترکیب گرافیک و روزنامه نگاران را مجسم سازد. در این لحظه باید استادی و برتری طراح احساس شود، اگر طراحی او چنین احساسی را بخشد. باید گفت هنرش کامل است و می شود اثر را اجرا کرد.

با همه این احوال باید کوشش شود از نام نشریه تا نقطه پایان نشریه، منش هنری و ادبی آن حفظ شود و آرایش تمامی صفحات از یک کلیت استوار برخوردار باشد به طریقی که وحدانیت و یکپارچگی و تعلق کل نشریه را به نام نشریه آشکار سازد.

تعریف صفحه آرایی:

لی اوت یا صفحه آرایی عبارت است از طرح ریزی برای یک صفحه یا گروهی از صفحه ها؛ اما در اصطلاح به اگلولی نهایی صفحه های چاپ شده نیز لی اوت گفته می شود. از طرفی لی اوت وسیله ای برای ارائه اطلاعات نویسنده در انواع شکلها از قبیل متن، تصویر یا ترکیب متن و تصویر و سایر عوامل نمایش دهنده است.

در واقع صفحه آرایی، شاخه ای از ارتباطات تصویری است که موضوع آن، ایجاد روابط مناسب زیباشناسانه و هدفدار در صفحه بین عناصر نوشتاری، تصویری و فضاهای خالی در چهارچوبی معین و از پیش طراحی شده می باشد.

واژه فرانسوی میزانپاژ Misenpage و واژه انگلیسی لی اوت Layout نیز در ایران به همین معنی استفاده می شود.

برای انجام صفحه آرایی بیش از هر چیز به تصمیم گیری قاطع، ثبات و برنامه ریزی نیاز است، چرا که شیوه و سبک صفحه آرایی نشریه، قیافه و شکل ظاهری آنرا می سازد که ثبات این شکل و قیافه ی ظاهری اهمیت بسیار زیادی در جذب و حفظ مخاطبان نشریه دارد. عدم وجود ثبات و برنامه ریزی قبلی در صفحه آرایی سبب می گردد تا هر شماره و حتی هر صفحه نشریه از لحاظ ظاهری با شماره ها و صفحات دیگر نشریه تفاوت داشته باشد و علاوه بر آنکه باعث القاء حس درهم ریختگی و بی نظمی در ذهن مخاطبان می شود باعث می گردد هیچگاه قیافه و هویت ثابت که یکی از عوامل مهم ایجاد و تداوم ارتباط با مخاطبان می باشد شکل نگیرد و در نهایت نشریه نتواند ارتباط مناسبی با مخاطب برقرار نماید.



صفحه آرایی در محدوده ای فعالیت می کند که موضوع فروش برایش بسیار مهم است. ما این ویژگی را در مورد بروشور و پوستر و طرحهای بسته بندی نمی بینیم. بنابراین فروش، مسائل دیگر را دربر می گیرد که مقبولیت از آن جمله است. وقتی شما با یک پوستر برخورد می کنید، یا آن را می پسندید یا نه، تأثیر و تأثرات و میزان مقبولیت آن را به راحتی نمی توان تخمین زد. کالایی یا به فروش می رسد یا نه ولی اگر نشریه ای به فروش نرسد، شماره های بعدی آن را نیز زیر سؤال می برد، خوانندگان خود را از دست می دهد و بنیان اقتصادی نا استواری بدست می آورد. بنابراین تداوم حضور اثر و عادت به آن و در انتظار ماندن، یعنی عامل زمان نیز از ویژگیهای دیگر گرافیک مطبوعاتی است. پس می بینیم که گرافیک مطبوعاتی ویژگیهای قابل تأملی دارد. در آغاز کار می توان مطبوعات فنی و غیر فنی را از هم جدا کرد.

خوانندگان مطبوعات فنی، افرادی جدی تر هستند. برای نمونه، نشریه ساختمان مورد استفاده مهندسان ساختمان یا کسانی است که مستقیماً در جریان ساخت مسکن قرار دارند. ایستادگی و استواری جزو خصلت این گونه مطبوعات است. طراح یک چنین نشریه ای در تنظیم ستونهای صفحات خود که برعکس یک نشریه فکاهی نباید از فرم های سخت محاسبه شده و دقیق استفاده کند. هم آهنگی تصویر و نوشته، زیبایی را بوجود می آورد.

صفحه آرایی چند وظیفه اساسی را در نشریه عهده دار است:

اطلاع می دهد، توجه را جلب می کند؛ سرگرم می کند؛ و آگاه می سازد. طراحی صفحه در واقع ترکیبی است که از تصویر؛ حروف، رنگ و... به خود می آید. در طراحی نشریه (جز روی جلد) باقی صفحه ها، به صورت زوج هستند. و بیننده همواره دو صفحه را با هم می بیند. بنابراین هیچ صفحه ای بدون در نظر گرفتن صفحه مقابل خود نباید صفحه آرایی شود. در صفحه آرایی یک صفحه گسترده همواره لازم است که برحاشیه بین دو صفحه غلبه شود. دو صفحه روبرو را می توان با عواملی مانند نوع حروف، تصویر پردازی، رنگ، فضای سفید، حروفچینی، کادر، و یا ترکیبی از تمامی این عوامل به هم ربط داد. از جمله عوامل مهمی که دو صفحه را به هم مربوط می سازد. عکس افقی است که حاشیه بین دو صفحه را از بین می برد. برای مشخص کردن دو موضوع مختلف از یکدیگر در یک شماره نشریه، می توان از دو آرایش ستونی متفاوت استفاده کرد. طراحی صفحه باید چنان با موضوع هماهنگ باشد که طراح آن را حس کند. در عین حال، سلیقه خواننده را نیز باید در نظر داشت. باید توجه داشت که طراحی صفحه ها یک هنر و کار عملی است. یعنی تنها برای به وجود آوردن یک کار هنری نیست بلکه نتایج عملی آن نیز در طرح دخالت دارد.

بررسی نشریات دانشجویی مختلف نشان می دهد که غالب این نشریات از اهمیت و ضرورت برنامه ریزی قبلی در انجام صفحه آرایی اطلاع چندانی ندارند، قلمهای مختلفی که برای مطالب گوناگون نشریه به کار رفته است، ستونهایی با اندازه ها و طولهای غیرعادی و مختلف و حتی تغییر مکرر قطع نشریه گواه آشکاری بر این موضوع است.

انواع صفحه آرایی

صفحه آرایی به طور کلی بر مبنای شیوهی کار و ابزاری که برای انجام آن به کار می رود به دو شیوه دستی و کامپیوتری تقسیم می گردد. این دو نوع صفحه آرایی اگرچه از جهت کاربرد ابزار صفحه آرایی با یکدیگر تفاوت دارند اما در اصول با یکدیگر یکسان و مشابه هستند.

۱. صفحه آرایی دستی:

در صفحه آرایی دستی پس از تایپ مطلب، صفحه آرا قلم مربوط به قسمتهای مختلف مطالب (تیترا، متن، سوتیترا و...) و همچنین اندازه ستونها و فاصله سطرها را برای تایپست مشخص می نماید و از او می خواهد که مثلاً مطلب را در داخل کادری با عرضی مشخص بریزد و یا آنکه از ترامهای گوناگون استفاده نماید.

سپس از مطالب پرینت گرفته می‌شود و پس از گرفتن پرینت، مطالب ستون‌بندی شده، تیترها، سوتیترها و... که قلمهای مختلفی دارند بریده شده و از بقیه‌ی مطالب جدا می‌شوند، سپس هر مطلب با توجه به موضوع و جایی که به آن اختصاص یافته است بر روی صفحات مخصوص صفحه‌آرایی (لیات) Layout که مدرج بوده و در آنها اندازه ستونهای نشریه، فاصله ستونها، فاصله سطرها و فضاهای سفید کنار لبه‌ها مشخص شده‌اند چسبانیده می‌شوند و این صفحات به چاپخانه فرستاده می‌شوند.

۲. صفحه‌آرایی کامپیوتری:

در صفحه‌آرایی کامپیوتری: کل عملیات مربوط به صفحه‌آرایی بر روی صفحه مانیتور صورت می‌گیرد. صفحه‌آرایی کامپیوتری معمولاً با نرم افزارهای مختلفی از جمله:

Microsoft Publisher, Adobe Indesign, QuarkXPress و ... انجام می‌پذیرد. البته نرم افزارهای گرافیکی همچون Adobe Photoshop و ... برای ویرایش عکس‌ها، تایپوگرافی و ... در صفحه‌آرایی مورد نیاز است و صفحه‌آرا برای انجام یک صفحه‌آرایی مناسب علاوه بر نرم افزارهای صفحه‌آرایی باید به این نرم افزارها نیز تسلط کافی داشته باشد.

عناصر مهم صفحه‌آرایی:

۱. نام نشریه (لوگو):

نام نشریه نقطه آغاز ماجراست. مفهومی را که نام نشریه در بردارد باید با معنای گرافیکی که تلفیق کرد تا گرافیک مطبوعاتی حاصل شود. نام نشریه، یک علامت تجاری یا نشانه است. نام، باید مشخص، چشمگیر و به آسانی قابل شناسایی و در عین حال جالب باشد، نام، معمولاً در بالای جلد چاپ می‌شود و سه اصل ظاهر خوشایند، درک آسان و جذابیت بصری باید در آن رعایت شود. عنوان نشریه بهتر است طراحی شود تا اینکه حروفچینی شود.

اگر نام نشریه صنعتی است، معماری اثر نیز باید نشان از ماشینی بودن آن نشریه داشته باشد و نیز صفت سخت‌پیکری را با خطوط راست و زاویه دار مجسم سازد. چنانچه نام نشریه غیر صنعتی است باید از خطوط ملایم سود برد مانند انواع منحنی‌ها.

۲. قطع نشریه:

قبل از انجام صفحه‌آرایی، مهمترین موضوعی که صفحه‌آرا باید مورد توجه قرار دهد، آنست که نشریه در چه قطع و اندازه‌ای منتشر گردد، در انتخاب قطع و اندازه، مسئولان نشریه و صفحه‌آرا باید دقت زیادی به خرج دهند، چرا که قطع و اندازه نشریه مشخصه و هویتی است که باید همیشه ثابت بماند و امکان تجزیه و خطا وجود ندارد. متأسفانه بسیاری از نشریات دانشجویی بدون توجه به این موضوع و با هدف ایجاد تنوع به طور مداوم اقدام به تغییر قطع نشریه می‌نمایند، درحالی که قطع نشریه از جمله ویژگیهای ثابتی است که در اساسنامه نشریه ذکر شده و همیشه ثابت می‌ماند.

در انتخاب قطع نشریه در مورد نشریات سراسری غالباً سعی می‌شود تا با توجه به اندازه کاغذها که به صورت رولی یا بندی هستند قطعه‌هایی انتخاب گردند که در صورت برش خوردن مقدار کمتری از کناره‌های کاغذ دور ریخته شود. در مورد نشریات دانشجویی، انتخاب قطع نشریه، علاوه بر آنکه با در نظر داشتن کمترین مقدار دورریز کاغذ صورت می‌گیرد تابع مسائل دیگری نیز می‌باشد. چند اصل مهم وجود دارد که در انتخاب قطع می‌باید رعایت شود:

- سهولت و راحتی برای در دست گرفتن؛
- تناسب بین اندازه و محتوای نشریه .

مثلاً عرف قطع نشریات کودکان در ایران ۲۱*۱۶/۵ سانتیمتر است و قطعه‌های بزرگتر چندان رواج نداشته است. محدودیت فنی از لحاظ اندازه معیار در دستگاههای چاپ نیز گاه تعیین کننده قطع نشریه است. بعنوان نمونه قطع یک نشریه دانشجویی در بسیاری از موارد با توجه به دستگاهی که نشریه بوسیله آن تکثیر می‌گردد انتخاب می‌شود مثلاً در مورد نشریات زیراکسی تنها می‌توان نشریه را در قطعه‌های مشخصی مانند A3، A4 و... منتشر نمود، علاوه بر قطع نشریه در مواردی که نشریه از مراکز

فرهنگی دانشگاهی سهمیه‌ی کاغذ دریافت می‌دارد لزوماً با توجه به قطع کاغذی که این مراکز به نشریه می‌دهند در نظر گرفته می‌شود که در انتخاب قطع نشریه باید حتماً این موارد را مورد توجه قرار داد. نگاهی به تاریخ نشریه‌های ایران نشان می‌دهد که قطع نشریه‌های عمومی معمولاً بزرگتر از نشریه‌های تخصصی بوده است.

۳. الگوی صفحات (گرید، ماکت یا پایه کار):

در بسیاری از فرهنگ‌ها سابقه استفاده از گرید در نقاشی، طرح‌های تزئینی، معماری و پارچه وجود دارد. در طراحی گرافیک نیز گرید ساختار زیرین صفحه‌آرایی است و در معماری طرح کلی را امکان‌پذیر می‌کند. در واقع گرید فضای درون صفحه را به واحد‌های یکسان تقسیم می‌کند. اگر برای یک نشریه از گرید استفاده شود، حسی از وحدت و انسجام در صفحات نشریه پدید می‌آورد. گرید به صفحه فرم و محتوا می‌دهد و قواعدی را برقرار می‌کند که تداوم و پیوستگی را در تمامی صفحات تثبیت می‌کند. گرید ابزاری است برای انتظام بخشیدن به تمام عناصر طراحی. اگر از گرید به درستی استفاده نشود خود می‌تواند عامل بازدارنده‌ای برای طرح جالب باشد و ممکن است جلوه‌ای یکنواخت و خشک به صفحه بدهد. در نرم افزارهای صفحه‌آرایی نیز امکانات زیادی برای خلق گرید با استفاده از خطوط راهنما (guidelines) و ستون‌ها وجود دارد. خطوط راهنما همان کاری را می‌کنند که خط کش T و گونیا در ترسیم فنی انجام می‌دهند. این خطوط امکان می‌دهند تا عناصر به صورت همتراز و در یک خط چیده شوند.

۱. برای انجام صفحه‌آرایی نخست کاری که صفحه‌آرا باید انجام دهد آنست که یک اسکلت و ساختار ثابت را برای تمام صفحات و حتی شماره‌های مختلف نشریه پی‌ریزی نماید.
۲. این اسکلت باید به گونه‌ای طراحی شده باشد که تمامی اطلاعاتی را که صفحه‌آرا در هنگام انجام کار صفحه‌آرایی به آنها نیاز دارد و حتی شماره‌های مختلف نشریه پی‌ریزی نماید.
۳. همچنین در طراحی گرید نشریه باید به این نکته توجه کرد که صفحات نشریه به صورت زوج هستند. و بیننده همواره دو صفحه را با هم می‌بیند. بنابراین گرید هیچ صفحه‌ای بدون در نظر گرفتن صفحه مقابل خود نباید طراحی شود.
۴. صفحه‌آرا باید از فضای سفید لبه‌ها، طول ستونها و فاصله بین آنها، فاصله سطرها و محل قرار گرفتن پاصفحه و... آگاهی داشته باشد چرا که عدم آگاهی از آنها باعث می‌گردد تا صفحه‌آرایان مختلف بر مبنای ذوق و سلیقه خود تصمیماتی بگیرند که سبب گردد شکل نشریه در هر شماره تغییر نماید. و بعنوان نمونه فضای سفید لبه‌ها و یا طول ستونها را بیشتر و یا کمتر در نظر بگیرند و یا آنکه محل پاصفحه را جابجا نمایند.

با نگاهی دقیق به روزنامه‌ها و مجلات معتبر درمی‌یابیم که طول ستونها و فاصله بین آنها، فاصله سطرها و جای پاصفحه‌ها و حتی در برخی موارد سرکلیشه‌های آنها در طول سالیان دراز و حتی در صورت تعویض صفحه‌آرایان متعدد یکسان می‌ماند. این مسئله تنها به دلیل آنست که نشریه یک قالب و ساختار کلی و از پیش تعیین شده دارد که بر مبنای آن صفحه‌آرایی را انجام می‌دهد.

بنابراین برای توضیح در مورد صفحه‌آرایی بهتر است تا در ابتدا چگونگی ترسیم گرید برای نشریه را توضیح دهیم تا صفحه‌آرای یک نشریه‌ی دانشجویی بتواند با اطلاع از آن، یک گرید مناسب برای نشریه ترسیم نماید و صفحه‌آرایی نشریه را بر طبق این الگو انجام دهد.

۳-۱. ترسیم حاشیه‌ها:

الف) حاشیه ها (فضای سفید لبه‌ها):

محدوده پیرامونی یک صفحه یا حاشیه نوعی فضای سفید محسوب می شود و به عنوان فضایی برای تنفس استفاده می شود. اندازه حاشیه تاثیر مستقیمی بر میزان خوانایی، رنگ و جذابیت ظاهری صفحه دارد. اگر حاشیه بیش از حد پهن باشد، متن به نظر سبک تر می رسد، در حالی که حاشیه باریک صفحه را سنگین تر، متراکم تر و دشوارتر می سازد.

ب) حاشیه عطف

فضای داخلی بین دو صفحه، یعنی حاشیه های سمت عطف را ((حاشیه عطف)) می نامند. پهنای حاشیه عطف بستگی به نوع صحافی دارد و میزان پهنایی که به هنگام صحافی کار نهایی استفاده می شود. حاشیه باید به قدر کفایت پهن باشد تا متن در درون حاشیه عطف حذف نشود. اگر اثری را طراحی می کنید که قرار است صحافی شود، بهتر است با چاپگر خود مشورت کنید تا پهنای حاشیه مناسب برای حاشیه عطف را مشخص سازد.

ج) نقطه کانونی

اگر به یک صفحه نگاه کنیم، چشم ما نخست به یک محدوده خاص که توجه ما را به خود جلب می کند، کشیده میشود. این محدوده را نقطه کانونی می نامند. همین نقطه است که توجه خواننده را به خواندن متن و باقی محتوای آن جلب کرده و یا دفع می کند. نقطه کانونی نباید بیش از حد متعارف و موکد باشد زیرا در این صورت باقی ترکیب بندی صفحه تحت الشعاع آن قرار می گیرد و نادیده انگاشته می شود. خلق یک صفحه آرایه موثر و زیبا برای صفحه به انتخاب صحیح و توجه دقیق به جزئیات بستگی دارد.

۲-۳. فضای سفید (فضای خالی)

صفحه سفید برای طراح نا از موده هولناک است. هر علامت یا نشانی که بر کاغذ بگذارد، بلا فاصله سطح کاغذ را تغییر می دهد. طراحان بی تجربه فضای سفید در صفحه را سو را خی می بینند که باید پر شود. یکی از رموز طراحی خوب این است که بدانیم چگونه آگاهانه از فضای سفید بهره ببریم. فضای سفید هم می تواند دشمن باشد و هم دوست. با استفاده از فضای سفید می توان توازن را در صفحه برقرار کرد و راه تنفسی برای صفحه گذاشت و از اشفته شدن صفحه و شلوغی و تراکم بیش از حد صفحه جلوگیری کرد و جایی را برای استراحت چشم اختصاص داد. این فضای تنفس را در معماری سنتی ایرانی به خوبی می بینیم. صحبت از هشتی و دالان است یعنی شما به محض باز شدن در منزل نمی توانید میزبان را ببینید، از چند فضای باز رد می شوید تا به اتاقها برسید. این قضیه خیلی شبیه سرآغاز مطالب در نشریه ها است. با شروع صفحه نباید مطالب آغاز شود. یک فضای باز در آغاز ماجرا و هدایت قدم به قدم خواننده به اصل موضوع در راحت خواندن، خسته نشدن و در نهایت احساس رضایت نمودن خواننده تاثیر بسیار مطلوب دارد. معمولا طراحان بی تجربه سعی دارند تا از تمام فضای سفید صفحه بهره برداری کنند، اما ضروری است که طراح به خوبی تاثیر و کارکرد فضای سفید را فرا گیرد و نحوه استفاده از آن را به تجربه بیاموزد. کسب مهارت در به کارگیری فضای سفید مستلزم تجربه اندوزی و مطالعه دقیق دیگر آثار چاپی و بررسی نحوه سامان بندی این فضاها در آثار دیگر طراحان است.

رابطه بین پیام و معنا و فنون بصری، زمانی بوجود می آید که در تقسیم بندی فضاها دقت کافی شود. در زمان نخست وزیری خانم گاندی روزنامه «ایندین تایمز» به عنوان اعتراض به برخی از برنامه های سیاسی خانم گاندی خواست سرمقاله ای منتشر کند ولی قانون مطبوعات اجازه چنین کاری را نمی داد. طراح نشریه پیشنهاد داد سرکلیشه، و تیتیری با عنوان «کلامی چند با خانم نخست وزیر» چاپ شود و تمامی ستون انتقاد سفید بماند و مطلبی در آن چاپ نشود و بدین ترتیب نمای سفید بیش از بسیاری از کلمات هدف را از بین برد. فضای سفید گرافیک کمک کرد در حالی که قانون مطبوعات خدشته دار نشود، اعتراضی به گوش مردم برسد.

۳-۳. اندازه ستونها و فاصله بین آنها:

در بسیاری از متون و مدارک نوشتاری برای نظم بخشیدن به متن و تصاویر از ستون استفاده می شود. میزان پهنای یا عرض ستون تاثیر زیادی خوانایی متن دارد. اگر ستون بیش از حد پهن باشد، چشم مجبور است که سر تا سر طول سطر را مرور کند و لذا

خواندن مشکل می شود. ستونی که بیش از حد باریک باشد نیز موجب خستگی چشم می شود. زیرا چشم باید مرتباً سطرها را با تناوب بیشتری مرور کند. اندازه حروف و پهناى ستون رابطه مستقیمی با هم دارند. اگر از ستون باریک استفاده شود، حروف نیز باید کوچک باشند، و فاصله بین سطرها هم باید کم باشد. پهناى ستون را باید عاملی در نظر گرفت که می تواند به خواندن آسانتر متن چاپی کمک کند. فضای سفید یا حاشیه بین دو ستون نیز باید به دقت انتخاب شود و نباید بیش از حد باریک یا پهن باشد. اگر فاصله بین ستون ها کم باشد، سطح کاغذ تیره می شود و خواندن را با مشکل مواجه می کند و اگر ستون ها بیش از حد از هم فاصله داشته باشند، یک فضای خالی در وسط صفحه ایجاد می کند و خواندن متن را دشوار می سازد.

استفاده از ستونهای مختلف با طول و فاصله ستونهای گوناگون به صورتی غیرمنطقی و به دفعات زیاد سبب القاء آشفتگی و بی نظمی در ذهن خواننده و بالطبع دزدگی او می شود و متأسفانه این مشکل بزرگی است که بسیاری از نشریات دانشجویی در حال حاضر با آن روبرو هستند، صفحه آرایان این نشریات با توجیه ایجاد تنوع از ستونهای مختلف با طولها و اندازه های گوناگون به صورتی غیرمنطقی استفاده می نمایند و بعنوان نمونه در یک صفحه ۵ یا ۶ نوع ستون با طولهای مختلف را در نظر می گیرند. البته این به آن معنا نیست که در نشریه تنها یک اندازه ستون باید وجود داشته باشد بلکه باید توجه داشت که در نشریه تنها از چند نوع ستون مشخص استفاده نمود.

۳-۴. فاصله سطرها:

برای انتخاب فاصله سطرها، ابتدا باید قلمی که حروف نشریه با آن نوشته می شود مشخص گردد چرا که با تغییر قلم و با درشت تر یا زیاده تر شدن حروف، فاصله بین خطوطی که حروف بر روی آنها نوشته می شود (خط کرسی) نیز کم و یا زیاد می گردد، به این فاصله بین خطوط کرسی اصطلاحاً پایه حروف می گویند که همان فاصله سطرهاست پس بنابراین با تغییر حروف فاصله سطرها نیز تغییر می یابد.

اما به دلیل آنکه قلمی که برای نوشتن حروف تمامی متن یک نشریه به کار می رود یکسان است و تغییر نمی یابد، پایه حروف و یا همان فاصله سطرها نیز همیشه ثابت می ماند و تغییر نمی کند و بنابراین می توان فاصله سطر ثابتی را برای تمام متن نشریه در نظر گرفت.

۳-۵. تیترا (عنوانهای اصلی):

تیترا باعث تمرکز خواننده بر روی موضوعی خاص می شود، و میتواند با حروف و صفحه آرایی مناسب خواننده را جذب کند. تیترا در عین حال، خواننده را به سرعت با موضوع مربوط می کند. کاربرد تیترا در نشریه مانند تصویر پردازی است. یعنی نوع آرایش و اندازه حروف تیترا باید برای موضوعی که شرح می دهد مناسب باشد.

تیترا، مقدمه و معرفی متن را فراهم می سازند. از آنها برای جلب توجه خواننده و ترغیب وی به مطالعه استفاده می شود. یک شعار جالب توجه بلافاصله نگاه بیننده را به خود جلب می کند. تیتراها باید کوتاه، پرمحتوا و صریح باشند، بدین ترتیب به آسانی قابل خواندن و قابل فهم خواهند بود. نوع قلم یا حروف چاپی عنوانها باید کاملاً متمایز از این باشد تا ایجاد تضاد کند و به صفحه جلوه بدهد

تیتراها در نشریه باید از الگوی ثابتی پیروی کند بطور مثال در طراحی عنوانهای اصلی از یک نوع فونت و یا از یک نوع تایپوگرافی استفاده شود. همچنین نحوه قرار گرفتن عنوانهای اصلی و اجزای گرافیکی مرتبط با آن باید از شکل منظم و ثابتی پیروی نمایند. در نشریات معمولاً از تیتراهای کوتاهتر استفاده می شود. در حقیقت یک تیترا ده حرفی در نشریه، کمی غیر عادی است و اندازه حروف تیترا باید آنقدر بزرگ باشد که توجه خواننده را به خود جلب کند. همچنین فضای سفید زیاد و مناسبی در اطراف صفحه باید باشد تا با تقابل در صفحه، باعث جلب توجه بیشتر می شود. روشهای متنوعتری از کاربرد تیترا در صفحه رایج است برای انتخاب اندازه تیترا با توجه به اهمیت مطالب یا خبر، چند نکته را باید در نظر داشت:

الف - پهناى تیترا (یک ستونی....) چقدر باشد؟

ب - تیترا چند سطری باید باشد؟

ج- تعداد حروف تیترا چند است؟ و اندازه آنها در ستونها و سطرها چقدر باید باشد؟
ساده ترین تیترا یک خطی است. ولی اکثر تیتراها طولانیتر از آن هستند که در یک خط جای بگیرند. تیتراها را معمولاً با شکل‌های هندسی خاصی در داخل ماکت صفحه قرار می‌دهند. تیتراها را از نظر تعداد ستون و سطر می‌توان به تیترا یک ستونی یک سطر، یک ستونی چند سطر، یک سطر سراسری، و چند سطر سراسری تقسیم کرد. شکل‌های دیگر آرایش تیترا، پلکانی، هرم وارونه، مثلثی، نامساوی و متمرکز، نامساوی و متمایل به راست و متساوی الاضلاع یا نامساوی و امثال آن آرایش کرد.
تیترا نشریه را می‌توان در هر جای صفحه به کار برد به شرطی که قدرت کافی برای جلوه در فضای سفید را از نظر اندازه داشته باشد.

روش ایجاد تاکید و تمایز تیتراها:

۱. قلم یا حروف چاپی عنوان‌ها باید بزرگتر از قلم متن باشد
۲. اگر برای عنوان و متن از یک قلم استفاده می‌شود، حروف عنوان باید بزرگتر باشد
۳. در حد امکان برای عنوان از قلم متفاوتی استفاده کنید. مثلاً اگر قلم یا حروف متن از نوع لوتوس است، برای عنوان از قلم یا قوت استفاده کنید
۴. برای موکد کردن از حروف سیاه استفاده کنید
۵. اگر طول عنوان زیاد است، از حروف متراکم استفاده کنید یا در دو سطر حروفچینی کنید
۶. عناوین با یک یا دو سطر را می‌توان وسط چین کرد. اگر عنوان بیش از دو سطر دارد و وسط چین است، خواندن آن دشوار است. بهتر است در این گونه موارد عنوان راست چین شود

۳-۶. سوتیترا (عنوان‌های فرعی):

سوتیترا بعد از تیترا، دومین متنی است که توسط خواننده مطالعه می‌شود. سوتیترا به لحاظ حروف کوچکتر از تیترا، ولی بزرگتر از متن اصلی است و وظیفه آن توسعه و توضیح ایده بعد از تیترا است و در قاعده توجه بیشتر به پیام یا مطلب را باعث می‌شود. بنابراین، سوتیترا باید به اندازه کافی بزرگ باشد تا توجه لازم را در متن مطالب ایجاد کند.
سوتیترا به خواننده امکان می‌دهد تا توجه خواننده از عنوان‌های اصلی به متن منتقل شود. به علاوه آنها جذابیت بیشتری به صفحه می‌دهند و به خواننده کمک می‌کنند تا اطلاعات را بهتر شناسایی کرده و تشخیص دهد
همچنین نحوه قرار گرفتن سوتیترا، اندازه کادر و اجزای گرافیکی مرتبط با آن باید از شکل منظم و ثابتی پیروی نماید.

برای موکد کردن و متمایز کردن سوتیترا

۱. حروف سوتیترا باید بزرگتر از حروف متن و کوچکتر از حروف تیترا باشند
۲. باید حتی المقدور نزدیک به متن زیر خود جای داده شوند و با متن پیش از خود فاصله داشته باشند
۳. بهتر است قلم سوتیترا با فونت تیترا مشابه باشد تا ارتباط بین آنها موکد شود
۴. سوتیترا را می‌توان بسته به چهارچوب نهایی صفحه آرایشی به صورت وسط چین، چپ چین یا راست چین قرار داد.
۵. می‌توان برای ایجاد تاکید بیشتر در زیر عناوین فرعی خط کشید
۶. نوع حروف سوتیترا باید در سرتاسر اثر چاپی یکسان و ثابت باشد

۳-۷. پاصفحه:

یکی دیگر از اجزاء ثابتی که قبل از انجام صفحه‌بندی باید جای آن را مشخص نمود، محل قرار گرفتن پاصفحه است. پاصفحه شماره صفحه و الگوی کوچک شده نشریه به علاوه سال انتشار و تعداد شماره‌های منتشر شده نشریه است. پاصفحه را می‌توان نزدیک به هریک از سه لبه خارجی نشریه به صورت‌های گوناگون آورده ولی مناسب‌ترین مکان برای قرار گرفتن پاصفحه لبه پایین صفحه است. در مجموع، پاصفحه‌ها باید از یک نظم کلی برخوردار باشند.

اما باید توجه داشت که اگر پاصفحه در هریک از دو لبه پایینی یا بالایی صفحه آورده می‌شود حداکثر تا وسط صفحه امتداد داشته باشد و فضای مجاز برای نگارش پاصفحه از وسط صفحه عبور نکند چرا که در صورتیکه پاصفحه در نزدیکی لبه داخلی آورده شود خواننده مجبور خواهد بود تا هربار برای پیدا کردن شماره صفحه دلخواه خود نشریه را به طور کامل باز نماید. در صورتیکه پاصفحه در قسمتهایی که نشان داده شده است بیاید، مخاطب به آسانی می‌تواند صفحه دلخواه را بیابد.

۴. عکس:

عکس، خواننده را به طور مستقیم در کوران حوادث قرار می‌دهد و در عین حال، او را سرگرم نیز میکند. عکسهایی که در نشریه‌ها چاپ می‌شوند، چهار نوع هستند:

۱- عکسهای منفرد با تیترو شرح عکس جداگانه؛

۲- عکسهای منفرد، داخل یک متن و خبر؛

۳- عکسهای پی درپی (مانند باندهای تصویری)؛

۴- عکسهای مونتاز.

هر عکس یا تصویر دارای زاویه دید مخصوصی است. این زاویه، مسلط به نقطه‌ای است که تصویر به آن نگاه می‌کند. اگر تصویری به سمت چپ نگاه کند، عمل پیاده کردن آن را در سمت راست صفحه است. در مورد تصویرهای اشخاصی که دارای زاویه دید خنثی نیستند. یعنی به یکی از سمتهای راست، یا چپ تمایل دارند. باید دقت شود که تا حد ممکن، آنهایی انتخاب شوند که زاویه دید به سمت داخل نشریه باشد، در انتخاب عکس برای نشریه چند اصل را باید مورد توجه قرار داد:

آیا عکس ارزش خبری دارد و می‌تواند قدرت تجسم را در بیننده تقویت کند؟

آیا عکس ارزش هنری دارد؟

آیا عکس اختصاصی است؟

۵. جلد:

عنصر بعدی که نظر مخاطب و خواننده را به خود جلب می‌کند، روی جلد است. چند عامل، طرح ظاهر و روی جلد نشریه را تعیین می‌کند. اما تمامی این عاملها به عنوان عملهای معیار پذیرفته نشده است. عوامل مزبور به قرار زیر است:

الف: تخصصی یا عمومی بودن نشریه؛

ب. عوامل فرهنگی

مثل هدف جلب خواننده به منظور بالا بردن تیراژ تا حد سقوط به سلیقه توده‌ها و ارزشهای غلط خوانندگان و پیروی از جریانهای نادرست فرهنگی که می‌تواند روی ظاهر (روی جلد) نشریه اثر بگذارد. مثلاً در رژیم گذشته تصویر زنان بویژه هنر پیشه‌های خارجی و داخلی، به عنوان تصویر روی جلد، معرف یک جریان فرهنگی به عنوان یکی از لوازم فرهنگ مصرفی بود؛

ج: مخاطبان خاص:

عامل دیگری است که ترکیب و ظاهر روی جلد را تعیین می‌کند. چنانکه تصویرهای روی جلد نشریات کودکان با نشریه‌های ورزشی کاملاً متفاوت است؛

د. حوادث:

تنشها و دگرگونیهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی که باعث دگرگونیهای عمده در جامعه می شود، نیز به صورت مقطعی بر روی جلد ها اثر می گذاشته است و مثلا تصویر های روی جلد نشریات در سالهای ۳۳-۱۳۳۱ با مضمونهایی سیاسی به صورت عکس و موتاژ عکس (شخصیتها ی سیاسی) فراوان دیده می شود .

روی جلد نشریه باید در خور شخصیت و محتوای نشریه باشد، درعین حال، ضروری است که روی جلد توجه مخاطب را جلب کند و میل به ورق زدن و توجه به محتوا را در وی برانگیزد. تصویر پردازی روی جلد می تواند نمونه ای انتخابی از محتوای داخلی نشریه باشد که در این صورت، خواننده را به درون نشریه راهنمایی می کند.

تصویر شخصیتهایی که بر روی جلد به کار گرفته می شوند، باید به گونه ای انتخاب شود که زاویه نگاه تصویر به درون نشریه باشد. علاوه بر این تصویر ها باید آن چنان بر روی جلد به کار روند که سنگینی تصویر حتما در پایین صفحه قرار گیرد. در هر صورت، رابطه ترکیب تیتراژ (تیتراژی که از مطالب داخل برای روی جلد برگزیده شده) و تصویر روی جلد حتما رعایت شود و چنان نباشد که با یکدیگر بیگانه باشند. عکس در بسیاری از موارد، به خودی خود، ارزش پیام رسانی دارد؛ در حالی که ممکن است پیام یا خبری را تکمیل کند و گاه به جای پیام با خبر بنشیند.

چند عامل زیر را می توان به عنوان عامل موثر در موفقیت روی جلد مطرح ساخت .

۱. طرح و تصویر پردازی در هر شماره، تنوع کافی را داشته است .
۲. طرح روی جلد عجیب، و نا آشنایی آن با ذهن، تا حدود زیادی به موفقیت نشریه کمک می کند، مشروط بر اینکه میزان این عجیب بودن به حدی نباشد که تماشاگر را دلزده کند، بلکه باید چنان باشد که، خواننده را مجبور به کنجکاوی کند.

همچنین در طراحی روی جلد به چند سوال باید پاسخ داد:

- آیا کاغذ روی جلد از جنس شمیز، یا کاغذ عالی انتخاب شده است؟
- نشریه در چه مکانی برای فروش عرضه خواهد شد؟
- نشریه برای چه گروهی منتشر می شود؟

در تالیف این جزوه از این منابع هم استفاده شده است:

۱. رنگ و گرافیک در مطبوعات ، بهروز موسوی.
۲. مبانی صفحه آرایی حامد فرحبخش.
۳. صفحه آرایی، پلی بین نویسنده و خواننده، نسرین بنیادی.