

چاپ دوم

مجموعهٔ اطلاع رسانی



شیوه نامهٔ ویرایش

جلد ششم

تولید کتاب

محمّد رضا محمّدی فر



Manual of Editing
Vol. 6

BOOK
PRODUCTION

ویرایش مجموعه ای است از فعالیت های علمی و هنری، که هدف آنها بهبود بخشیدن به ارائه و باز نمود مطلب نوشته شده، و یا تصحیح خطاها و نواقص احتمالی آن، و یا مدیریت امور مربوط به انتشار متن است. کتاب حاضر که در هفت مجلد کوچک و مختصر ارائه شده است، مهم ترین مباحث ویرایش را در بر می گیرد. عناوین مجموعه هفت جلدی، محتوای آنها را نیز مشخص می سازند، که عبارت اند از:

جلد اول، اصول ویرایش و نشر؛

جلد دوم، کالبدشناسی کتاب؛

جلد سوم، نگارش؛

جلد چهارم، رسم الخط فارسی؛

جلد پنجم، نقطه گذاری؛

جلد ششم، تولید کتاب؛

جلد هفتم، شیوه نامه وب.

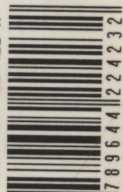
این کتاب ها از یکدیگر مستقل هستند؛ هرچند، مطالعه همه آنها می تواند برای خواننده ناآشنا با ویرایش و نشر و نگارش مفیدتر واقع گردد. خواننده علاقه مند به نویسندگی کتاب سنتی، و یا نگارش در اینترنت، با مطالعه این کتاب ها با اصول و روش های نگارش آشنا می شود، و پس از صرف تمرین کافی می تواند به طور حرفه ای به نویسندگی (کتاب سنتی یا اینترنت) بپردازد. ویژگی دیگر کتاب ها این است که همگی خودآموز هستند و نیازی به معلومات پیشین ندارند.

۸۰۰۰ ریال



سازمان چاپ و انتشارات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
WWW.PPOIR.COM

(دوره)
۹۶۴-۹۲۲-۹۶۳-۹
ISBN 964-922-923-X



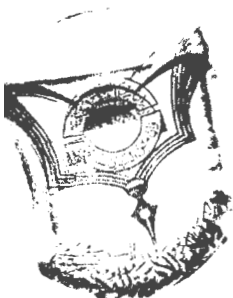
9 789644 122423



شيوه نامه ويرايش • توليد كتاب • مجموعه اطلاع رسانی (۵) • محمدرضا محمدی فر

۵۸/۰۳۰

۲۴/۱



بسم الله الرحمن الرحيم



سازمان چاپ و انتشارات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



GENERALITIES

محمدی فر، محمد رضا ۱۳۳۸ -

شیوه‌نامه ویرایش؛ تولید کتاب/ محمد رضا محمدی فر-- تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۸۱.
ج ۷. مجموعه اطلاع رسانی (۵).

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا. (ج ۶) ISBN 964-422-423-x
(دوره) ISBN 964-422-463-9

پشت جلد به انگلیسی:
چاپ اول: بهار ۱۳۸۱، چاپ دوم: زمستان ۱۳۸۱.
مندرجات: ج ۱. اصول ویرایش و نشر-- ج ۲. کالبدشناسی کتاب-- ج ۳. نگارش-- ج ۴. رسم الخط
فارسی-- ج ۵. نقطه گذاری-- ج ۶. تولید کتاب-- ج ۷. شیوه‌نامه وب.
۱. ویراستاری. ۲. فن نگارش. الف. ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ سازمان چاپ
و انتشارات. ب. عنوان.

۰۷۰/۴۱

ش ۳/ ۳۱۶۲ PN

۱۳۸۱

۳۶۴۸-۸۱ م

کتابخانه ملی ایران



مجموعه اطلاع رسانی (۵)

شیوه نامه ویرایش

جلد ششم

تولید کتاب



Manual of Editing
Vol. 6
Book Production

نویسنده: محمدرضا محمدی فر

تهران ۱۳۸۱



سازمان چاپ و انتشارات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

شیوه‌نامه ویرایش

جلد ششم
تولید کتاب

**Manual of Editing
Vol. 6
Book Production**

نویسنده: محمدرضا محمدی‌فر

حروف‌چین، نمونه‌خوان و صفحه‌آرا: مؤسسه آینه نگار
نمایه ساز: محمدرضا محمدی‌فر
طرح روی جلد: پارسوا باشی
قلم‌های استفاده شده: پدر، زور، تایمز، هلوتیکا
کاغذ مورد استفاده: ۷۰ گرمی تحریر خارجی

ناظر چاپ: علی فرازنده خالیدی
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

چاپ دوم: اسفند ۱۳۸۱
شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه

© تمامی حقوق چاپ و نشر این اثر در انحصار
سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.
هر گونه استفاده از این اثر به طور مستقیم یا غیرمستقیم ممنوع است.

شابک (ج ۶) ۹۶۴-۴۲۲-۴۲۳-X
ISBN(Vol. 6) 964-422-423-x
شابک (دور ۵) ۹۶۴-۴۲۲-۴۶۳-۹
ISBN(Set) 964-422-463-9

چاپخانه، انتشارات و توزیع:

کیلومتر ۴ جاده مخصوص کرج - نبش سه‌راه شیشه‌مینا - تهران ۱۳۹۷۸۱۵۳۱۱
تلفن: (چهار خط) ۴۵۱۳۰۰۲ - نمابر: ۴۵۱۴۴۲۵
انتشارات: ۴۵۲۵۴۹۵ - توزیع: ۴۵۲۹۶۰۱ - نمابر توزیع: ۴۵۲۹۶۰۰

فروشگاه شماره یک:

خیابان امام خمینی - نبش خیابان شهید میردامادی (استخر) - تهران ۱۳۳۷۹۱۳۱۴۵
تلفن: ۶۷۰۲۶۰۶

فروشگاه شماره دو:

نشر زلال - خیابان انقلاب - خیابان ۱۶ آذر - تهران ۱۴۱۷۹۳۵۸۱۴
تلفن: ۶۴۱۹۷۷۸

نشانی سایت اینترنتی:

WWW.PPOIR.COM

فهرست مطالب

۵۴۳	فصل ۶. تولید کتاب
۵۴۳	۱.۶. مقدمه
۵۴۴	۲.۶. اصول تولید
۵۴۴	۱.۲.۶. اصل مقدار اطلاعات
۵۴۶	۲.۲.۶. اصل زیبایی‌شناسی
۵۴۷	۳.۲.۶. اصل استانداردهای سازمان نشر
۵۴۹	۴.۲.۶. اصل ویژگیهای سبک‌شناختی
۵۴۹	۵.۲.۶. قواعد تولید
۵۵۰	۳.۶. رویه تولید
۵۵۲	۴.۶. آماده‌سازی مدرک
۵۵۲	۵.۶. تعیین فرمت صفحه
۵۵۳	۱.۵.۶. ارتفاع متن
۵۵۳	۲.۵.۶. عرض متن
۵۵۵	۳.۵.۶. حاشیه بالا
۵۵۵	۴.۵.۶. حاشیه چپ یا راست
۵۵۶	۵.۵.۶. فاصله بین سطرها
۵۶۷	۶.۵.۶. تعیین حروف
۵۶۸	۶.۶. حروفچینی و حروف‌شناسی
۵۶۹	۱.۶.۶. خانواده حروف

۵۶۹		۲.۶.۶. مشخصات اساسی حروف
۵۷۳		۳.۶.۶. مشخصات کامل حروف
۵۷۷		۴.۶.۶. نژاد حروف
۵۷۸		۷.۶. حروف‌شناسی متن
۵۷۹		۱.۷.۶. گروه حروف متن
۵۸۲		۲.۷.۶. گروه حروف پیرامتنی
۵۸۳		۳.۷.۶. گروه حروف نمایش‌نما
۵۸۴		۴.۷.۶. تنوع اندازه حروف
۵۸۵		۵.۷.۶. مسئله شیب حروف ایرانیک
۵۸۶		۶.۷.۶. مسئله فاصله بین حروف و کلمات
۵۸۷		۷.۷.۶. کاربرد حروف در گونه‌های نشر
۵۹۱		۸.۷.۶. جایگاه تحریر عنوان و تیتراژ
۵۹۳		۹.۷.۶. همستون‌سازی
۶۰۱		۸.۶. فرمت سرصفحه و پا صفحه
۶۰۷		۹.۶. مشخصه پاراگراف
۶۱۰		۱۰.۶. درج شکل و جدول
۶۱۱		۱.۱۰.۶. فرمت شکل در صفحه
۶۱۳		۲.۱۰.۶. فرمت جدول در صفحه
۶۱۴		۳.۱۰.۶. مرزهای شکل و جدول
۶۱۶		۱۱.۶. فاصله‌بندی اجزا
۶۱۸		۱۲.۶. طر حواره تولید
۶۲۴		۱۳.۶. تعداد صفحه‌های کتاب
۶۲۵		۱۴.۶. نمونه خوانی
۶۲۸		۱.۱۳.۶. انواع نمونه و روشهای نمونه‌خوانی
۶۳۱		۲.۱۳.۶. نشانه‌های نمونه‌خوانی
۶۳۹		۳.۱۳.۶. اصول حروف‌شناسی در نمونه‌خوانی
۶۳۹		۴.۱۳.۶. روشهای مقابله

۵.۱۳.۶	نمونه خوانی کامپیوتر-یار	۶۴۳
۱۵.۶	تهیه تصاویر	۶۴۳
۱۶.۶	مسائل نشرانه	۶۴۴
۱۷.۶	صفحه آرایی	۶۴۵
۱۸.۶	نمونه نهایی	۶۴۹
۱۹.۶	طراحی جلد	۶۴۹
۱.۱۶.۶	یونیفورم حروف جلد	۶۵۱
۲.۱۶.۶	ترکیب بندی و رنگ شناسی یونیفورم طرح روی جلد	۶۵۶
۳.۱۶.۶	ترکیب بندی و رنگ شناسی طرح روی جلد اختصاصی	۶۵۸
۴.۱۶.۶	انتخاب مطالب برای طراحی جلد	۶۵۹
۵.۱۶.۶	جنس و مواد جلد	۶۵۹
۲۰.۶	سفارشنامه چاپ	۶۶۰
۲۱.۶	پی گیری چاپ	۶۶۰
۶۶۱	پیوست الف- نمونه هایی از انواع قلم حروف فارسی و لاتین	۶۶۱
۶۶۳	پیوست ب- نمونه هایی از انواع اندازه حروف فارسی و لاتین	۶۶۳
۶۶۷	پیوست پ- نمونه هایی از انواع خانواده های حروف فارسی و لاتین	۶۶۷
۶۸۱	پیوست ت- نمونه هایی از انواع نژادهای حروف فارسی و لاتین	۶۸۱
۶۸۵	پیوست ث- جدول علامت گذاری نمونه خوانی در انگلیسی	۶۸۵
۶۸۷	کتابنامه	۶۸۷
۶۸۹	نمایه	۶۸۹

فصل ۶

تولید کتاب

۱.۶. مقدمه

همچنان که در بخش ۸.۱ تشریح شد، اثر منتشرشدنی، پس از مرحله ویرایش، به مرحله تولید [production] یا «تولید فنی» وارد می شود. در این مرحله، متن اثر، حروفچینی و صفحه آرایی می شود و شکلها و عکسهای آن در صفحه ها مونتاژ می شوند و یک نسخه آماده مرحله چاپ، یا اصطلاحاً نسخه آماده عکاسی [camera-ready copy]، یا اختصاراً CRC به دست می آید. بنابر این، تولید، مرحله ماقبل چاپ نهایی است.

در مورد تولید رسانگان، مثلاً تولید صفحه وب، نیز تقریباً چنین است. پس از اتمام نگارش و گردآوری و سازمان دهی اطلاعات، مرحله تولید فرا می رسد: در این مرحله، تحریر متن، و ذخیره تصاویر و اطلاعات دیگر، انجام می شود، و نسخه رسانگان یا وب آماده نصب در یک پایگاه اینترنت می گردد. در فصل هفتم کتاب حاضر، شیوه نامه تولید صفحه وب در رسانگان، به ویژه برای نشر در اینترنت، به تفصیل تشریح شده است.

مهمترین کار مرحله تولید، حروفچینی و صفحه آرایی است. اما تولید مرحله مستقلی در «نشر» نیست و به ویژه به دو مرحله ویرایش و نظارت بر چاپ نیز مربوط

می‌شود.

در فصل حاضر، خلاصه‌ای از کل مباحث تولید، فقط در حدی که هر نویسنده و ویراستار باید بداند، تشریح می‌گردد. شرح مفصل‌تر تولید، در کتابهای الکترونیکی همین مجموعه ارائه خواهد شد. در ضمن، برخی از مباحث فصل هفتم نیز به تولید مربوط می‌شوند، و در واقع فصل هفتم، مکمل فصل حاضر به حساب می‌آید.

۲.۶. اصول تولید

در تولید، کارهای بسیار متنوعی انجام می‌شود و چون اغلب این کارها هنری هستند، سلاقی شخصی گوناگون می‌توانند آنها را تحت تأثیر قرار دهند. اما به دلایل فراوان، به ویژه «اقتصاد نشر» و «روانشناسی قرائت»، تولید باید براساس ضوابط و معیارهای معینی انجام شود. این ضوابط و معیارها تا اندازه زیادی، تولید را محدود می‌کنند، و آن را به سمت مجموعه‌ای از استانداردها سوق می‌دهند.

معیارهای تولید را می‌توان در چهار موضوع دسته‌بندی کرد، که آنها را مجموعاً اصول تولید [production principles] می‌نامند:

مقدار اطلاعات	زیبایی‌شناسی	استانداردهای سازمان	ویژگیهای سبک‌شناختی
---------------	--------------	---------------------	---------------------

در هر کار تولید، از جمله حروفچینی و صفحه‌آرایی متن کتاب، مجله، روزنامه، پوستر، و غیره، و نیز جلد کتاب، مراعات همه این اصول ضروری است.

۱.۲.۶. اصل مقدار اطلاعات

محتوای اطلاعاتی موجود در متن اثر، اعم از نوشتار، تصویر، و غیره، باید تا حد ممکن بالا باشد.

به عبارت دیگر، یک هدف اساسی در تولید این است که متن، تا حد امکان، بیشترین قابلیت انتقال اطلاعات را داشته باشد. بدین منظور، کلاً دو روش وجود دارد:

۱. استفاده از حروف ریزتر، و فاصله کمتر بین سطرها؛
۲. استفاده از حروف متنوع، برجسته‌نمایی، ساختاربندی، و فاصله‌گذاریهای

مختلف، به نحوی که بخش‌بندی متن و مطالب آن، کاملاً واضح و به آسانی قابل تشخیص باشد.

اما این دو روش کاملاً به یکدیگر مرتبط هستند. حروف ریزتر و فاصله کمتر بین سطرها، دارای حدی است که گذشته از مسائل زیبایی‌شناسی و غیره (که به این اصل مربوط نمی‌شوند)، در سهولت انتقال اطلاعات نیز تعیین‌کننده است. بهترین اندازه حروف و فاصله بین سطرها، منجر به بیشترین تسهیل در انتقال اطلاعات می‌شود.

برای مثال، در حروفچینی فارسی، به دلیل تنوع حروف بالا زده [ascender] و پایین زده [descender]، به هنگام کم کردن فاصله بین سطرها، بهتر است ارتفاع حروف نیز کاهش داده شود، که این کار با استفاده از برخی نرم‌افزارهای نشر رومیزی، یا دست کم با انتخاب حروف کم-ارتفاع، امکان‌پذیر است. (در زیربخش ۵.۵.۶، دو مفهوم بالا زده و پایین زده تشریح خواهند شد.)

از دیدگاه تولید، هر قدر خواندن متن آسانتر و دلچسب‌تر باشد، و چشم راحت‌تر بتواند حروف و کلمات را تشخیص دهد، اطلاعات متن بهتر و بیشتر مورد استفاده خواننده قرار می‌گیرد، و از این روی می‌توان پذیرفت که «مقدار اطلاعات»، نه تنها به محتوای متن، که به صورت و ساختار صوری آن نیز بستگی دارد. مثلاً سادگی ظاهری حروف، معیار قطعی و الزامی برای راحتی خواندن متن نیست. شاهد آن، دو قلم حروف اصلی لاتین، یعنی تایمز-رومن [Times Roman] یا اختصاراً تایمز، و هلوتیکا [Helvetica] است:

(حروف تایمز) To be or not to be. This is the question.

(حروف هلوتیکا) To be or not to be. This is the question.

روشن است که «در ظاهر»، دومی (هلوتیکا) ساده‌تر از اولی (تایمز) است، زیرا دارای زائده‌های نوک‌های حروف نیست. اما مطالعات «روان‌شناسی قرائت» در انگلیسی نشان داده است که چشم انسان، حروف تایمز را راحت‌تر تشخیص می‌دهد و خواندن متن تایمز آسانتر است. به همین دلیل است که متن اغلب کتابهای لاتین را با حروف تایمز حروفچینی می‌کنند، و حروف هلوتیکا را برای متون کوتاه و تیتراها به کار می‌برند. گاهی در فرهنگها، از حروف هلوتیکا برای سرمدخل، و از حروف

تایمز برای شرح مدخل استفاده می‌کنند. این کار نوعی تنوع مطلوب و ملایم به حروفچینی متن می‌دهد و در عین حال، مطالعات نشان داده است که خواننده فرهنگ این شیوه را بیشتر می‌پسندد.

نکته. امروزه در ویندوز و نرم‌افزارهای مختلف Office محصول میکروسافت، حروف اریال [Arial] عملاً جایگزین حروف هلوتیکا شده است. (در پیوست کتاب، نمونه‌های حروف تایمز و اریال نشان داده شده است.)

از سوی دیگر، زائده‌دار [serif] بودن حروف نیز دلیل مناسب بودن و آسان بودن آن برای خواندن نیست. مثلاً زائده‌های حروف Old English بیشتر از تایمز است، در حالی که خواندن متن با آن نوع حروف به آسانی متن تایمز نیست. به هر حال، در فارسی نیز چنین مسائلی وجود دارد که در کتاب حاضر به آنها اشاره خواهد شد. اما این اشاره‌ها مبتنی بر مطالعات و آزمایشهای دامنه‌دار نیستند و فقط براساس تجربیات نگارنده حاصل شده‌اند.

طبق اصول نظریه اطلاعات [information theory]، هر نوع حشو [redundancy] در متن، منجر به کاهش مقدار اطلاعات متن می‌گردد. بنابر این، تأکید اضافی از راه تنوع حروف و نمادگذاری مفصل غیر ضروری، نه تنها بر مقدار اطلاعات متن اضافه نمی‌کند، که از آن نیز می‌کاهد.

۲.۲.۶. اصل زیبایی‌شناسی

متن و تصاویر و عناصر دیگر اثر باید به حدی زیبا باشند که نظر خواننده را به خود جلب کنند و خواننده از آنها لذت ببرد.

به عبارت دیگر، صفحه‌آرایی اثر، باید «هنرمندانه» باشد. اما هنر به کار رفته در تولید اثر باید با معیار نخست، یعنی مقدار اطلاعات بیشینه، مطابقت داشته باشد.

به طور کلی، مبحث زیبایی‌شناسی یک مبحث فلسفی است، و بحث درباره آن فراتر از اهداف کتاب حاضر است. اما در اطلاع‌رسانی برای زیبایی‌شناسی تعاریف کاربردی ساده‌ای ارائه داده‌اند، که در کتاب حاضر نیز از آنها استفاده شده است.

نکته بسیار مهم در زیبایی‌شناسی تولید این است که ارجح شمردن یک شیوه هنری و ارائه یک ابتکار هنری مستلزم منطق مشخصی است: هنرمند تولید باید

بتواند استدلال کند که به چه دلیلی یک شیوه خاص هنری را در تولید برگزیده است. اگر چنین نباشد، انتخاب ساده‌ترین صورت ممکن، منطقی‌تر خواهد بود. به عنوان مثال، استفاده از حروف متنوع باید دارای منطق معین و قابل استدلالی باشد، و در غیر این صورت باید کمترین تنوع حروف به کار برده شود.

۳.۲.۶. اصل استانداردهای سازمان نشر

در تولید اثر، باید معیارهای تعیین شده توسط سازمان نشر، اعم از نشر کتاب، رسانگان، و غیره، مراعات شود.

این اصل، از اصول مدیریت در سیستمهای اطلاع‌رسانی استخراج شده است. در سیستمهای اطلاع‌رسانی، همچون سازمان نشر، مدیریت در سه سطح انجام می‌شود، که عبارت‌اند از:

۱. سطح سیاست‌گذاری، که در آن، سیاستهای اساسی سازمان تدوین شده است، و همه فعالیت‌های جاری سازمان باید با آنها سازگار باشند؛
۲. سطح طرح‌ریزی، که در آن، براساس سیاست‌گذاریها، طرحهای ویژه تدوین می‌شود. برای مثال، ممکن است یکی از طرح‌ریزیهای سازمان، نشر ۵۰ کتاب پلیسی در یک مجموعه ظرف ۲۰ ماه باشد؛
۳. سطح برنامه‌ریزی، که در آن، برای هر طرح، یک برنامه مدون تعیین می‌شود. مجموعه‌ای از یک یا چند برنامه، در قالب یک طرح قرار می‌گیرند. برای مثال، نشر هریک از ۵۰ کتاب پلیسی مصوب یک طرح‌ریزی معین، به یک «برنامه» نیاز دارد.

بنابر این، با توجه به مدیریت سه‌سطحی فوق، می‌توان نتیجه گرفت که به طور کلی، معیارهای سازمان در تولید، بر دو نوع تقسیم می‌شوند:

۱. معیارهای ثابت تولید، مبتنی بر سیاست‌گذاری و طرح‌ریزی؛ مثلاً اولویت ناشر در نشر کتابهای علمی، پلیسی، و غیره؛ پیروی از یک شیوه‌نامه معین تولید؛ گرایش به طراحی جلد یونیفورم دائمی یا ادواری؛ و غیره. این گونه معیارها فقط در شرایط خاصی قابل تغییر هستند؛
۲. معیارهای مدیریت و اقتصاد نشر در تولید؛ که جزئیات آن در برنامه نشر

(برنامه ۸ مرحله‌ای فصل ۱)، و برنامه تولید مشخص می‌گردد. در این گونه معیارها، امکان اعمال برخی تغییرات پیش‌بینی می‌شود. مثلاً در یک کتاب حجیم، ممکن است پذیرفته شود که حروفچینی، استثنائاً با حروف ریزتر از حروف بقیه کتابها انجام پذیرد، یا برای یک کتاب کوچک فکاهی، استثنائاً از حروف فانتزی استفاده شود.

دو مجموعه معیارهای فوق، قسمت اعظم گزینه‌های تولید را دربر می‌گیرند، و امکان انتخاب نسبتاً اندکی برای هنرمند تولید باقی می‌گذارند. فقط در موارد استثنایی، مطابق برنامه مدیریت و اقتصاد نشر، دست هنرمند در تولید کاملاً باز گذاشته می‌شود.

معمولاً قسمتی از استانداردهای تولید سازمان یا رسانه، در یک «برگه شیوه» یا «شیوه‌نامه» تعیین و ارائه می‌شوند. برای مثال، کتاب حاضر از شیوه‌نامه سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استخراج شده است. به عنوان مثال دیگر، نرم‌افزار *FrontPage* (محصول میکروسافت) طوری ساخته شده است که در هر مرحله از طراحی و نشر صفحه وب یا طرح روی جلد، استانداردهای متعارف نگارش و طراحی را یادآوری می‌کند، و در واقع، کاربر را در یک چارچوب از استانداردها محدود می‌سازد.

قسمت دیگر استانداردهای تولید، معیارهای ویژه‌ای است که در برنامه تولید، و توسط مدیر تولید سازمان، تعیین می‌شود.

بنابر این، مثلاً اگر ناشر برای سرصفحه‌های کتاب، و یا برای ساختار و بخش‌بندی آن، طرح و فرمول ثابت خاصی داشته باشد، در تولید باید از آن پیروی شود. یا مثلاً اگر ناشر برای قلم اصلی حروف هریک از گونه‌های نشر خود، *طرحواره* خاصی را تعیین کرده است، هنرمند تولید فقط باید براساس آنها برنامه حروفچینی را پیش برد.

اما از سوی دیگر، معمولاً مسائل مربوط به «اقتصاد نشر» بر جزئیات برنامه تولید تأثیر می‌گذارد. مثلاً رقابت با ناشران دیگر، تجربه فروش کتابهای دیگر، و سرعت پیشرفت کار، ممکن است برخی از معیارهای تولید را تغییر دهند. اصل حاضر، باید با اصول اول و دوم نیز سازگار باشد. به عبارت دیگر، اصول

اول و دوم تولید باید در راستای استانداردهای سازمان قرار داشته باشند.

۴.۲.۶. اصل ویژگیهای سبک‌شناختی

هنرمند تولید باید بتواند ویژگیهای خاص اثر را تشخیص دهد و آنها را به عنوان تمایزهای سبک‌شناختی در نظر بگیرد.

به عبارت دیگر، اصول یا معیارهای ۱ و ۲ و ۳ باید مراعات شوند، اما هرگاه تمایزهای سبکی مطرح شوند، هنرمند تولید باید بتواند آنها را بر معیارها ترجیح دهد، و این امکان باید در طرح‌ریزیها و برنامه‌ریزیهای سازمان پیش‌بینی شده باشد. نکته بسیار مهم در سبک‌شناسی تولید این است که ارجح شمردن یک سبک و ارائه یک ابتکار سبکی به منطق مشخصی نیاز دارد. هنرمند تولید موظف است استدلال کند که به چه دلیلی یک سبک را برگزیده و یا ابتکار خاصی را به کار بسته است. در غیر این صورت، باید ساده‌ترین سبک ممکن را برگزیند: به عنوان مثال، ممکن است هنرمند تولید تشخیص دهد که در یک کتاب درسنامه، که دارای قطع مابین رحلی و وزیری است، طراحی سرصفحه و پا صفحه باید به گونه‌ای خاص صورت پذیرد. استدلال وی ممکن است شامل مسائلی مانند تعداد متوسط شکلها و جدولها و مطالب حاشیه متن، و طرحواره‌های برجسته‌نمایی باشد.

۵.۲.۶. قواعد تولید

بنابر اصول تولید، معیارهایی برای مراحل مختلف تولید اثر وجود دارد، که هنرمند تولید باید فقط در چارچوب آنها به تولید بپردازد یا بر تولید نظارت کند. اما جزئیات مبحث تولید به قدری زیاد است، که به هیچ وجه نمی‌توان یک فهرست از امور تولید و ارتباط آنها با اصول تولید به دست آورد. برعکس، نخست باید جزئیات تولید را بررسی کرد، و در هر مورد، موضوع را با اصول تولید سازگار کرد. مثلاً در هر نوع کار نمونه‌خوانی، نمونه‌خوان یا مسئول نمونه‌خوانی باید جزئیات کار را با اصول تولید وفق دهد.

یا به عنوان مثال دیگر، همچنان که در فصل پنجم تشریح شد، یکی از مهمترین ویژگیهای صفحه‌آرایی کتاب یا صفحه وب، «برجسته‌نمایی ساختاربندی» است. مراد از برجسته‌نمایی ساختاربندی این است که تنوع حروف متن طوری انتخاب شود که

ساختار بندی متن را بدون نیاز به هرگونه توضیح درباره حروفچینی، نمایان سازد. بدین ترتیب، مقدار اطلاعات متن افزایش می‌یابد، زیبایی آن تأمین می‌شود، و در آن می‌توان ضمن مراعات استانداردهای سازمان یا رسانه، ویژگیهای سبکی را نیز در نظر داشت.

علاوه بر اینها، بزرگترین هنر یک هنرمند تولید (البته منظور فقط تولید در نشر است)، این می‌تواند باشد که خود را کاملاً با برنامه‌ریزیهای سازمان نشر وفق دهد، و همواره توجه داشته باشد که در این نوع فعالیت هنری، جای زیادی برای خلاقیت و تخیل و ابتکار وجود ندارد.

با این حال، به دلیل زیاد بودن و ظریف بودن جزئیات تولید، ناشر فقط تعداد اندکی از آنها را می‌تواند در برنامه‌های تولید به روشنی تعیین کند و به هنرمند بدهد. از این روی، تشخیص جزئیات مورد نظر ناشر، که گفته و نوشته نمی‌شوند، با هنرمند تولید است. همین تشخیص، نیاز به یک ذهن بسیار خلاق دارد.

برای مثال، در تولید درسنامه، به قدری مسائل جزئی وجود دارد که هیچ‌گاه مدیران سازمان نشر نمی‌توانند آنها را فهرست کنند. اما اگر هنرمند تولید، مدتهای طولانی در سازمان کار کرده باشد، و ذهن خلاق داشته باشد، می‌تواند جزئیات آرمانی ناشر را به تصور در آورد.

۳.۶. رویه تولید

همچنان که در فصل ۱ تشریح شد، تولید، سومین مرحله یا پیمانه برنامه نشر است:

پدیدآوری	ویرایش	تولید	نظارت بر چاپ	چاپ	بازارشناسی	توزیع	نظارت پس‌نشر
----------	--------	-------	--------------	-----	------------	-------	--------------

بنابر این، جایگاه تولید، بعد از مرحله یا پیمانه ویرایش و قبل از نظارت بر چاپ است. البته گاهی «نظارت بر چاپ» و «چاپ»، عملاً همزمان با تولید انجام می‌شوند. به ویژه در نشر رسانگان، تولید و نظارت بر نشر و نشر، سه مرحله‌ای هستند که تقریباً همزمان انجام می‌شوند.

مرحله یا پیمانه تولید، خود از چند گام یا پیمانه فرعی نسبتاً ثابت و معین تشکیل می‌گردد. این گامها که معمولاً به ترتیب طی می‌شوند، عبارت‌اند از:

۱. آماده‌سازی مدرک،

۲. تعیین فرمت صفحه،

۳. حروفچینی،

۴. نمونه‌خوانی متن،

۵. تهیه تصاویر،

۶. مسائل نشرانه،

۷. صفحه‌آرایی،

۸. نمونه‌نهایی،

۹. طراحی جلد،

۱۰. سفارشنامه چاپ،

۱۱. پی‌گیری چاپ.

اجرا و اتمام برخی از این گامها در مرحله ویرایش نیز میسر است. به همین دلیل می‌توان گفت که تولید و ویرایش ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. همچنین، آخرین گام تولید، پی‌گیری چاپ است که ممکن است با «نظارت بر چاپ» یکسان باشد. بنابر این، «مرحله تولید» از یک سو با «مرحله ویرایش» و از سوی دیگر با «مرحله نظارت بر چاپ» همراه است و یا با آنها تداخل دارد. حتی گاهی نیز این سه مرحله برنامه‌نشر در هم ادغام می‌شوند.

در تولید صفحه وب و محصولات الکترونیکی دیگر نیز کم و بیش همین یازده گام اساسی طی می‌شود، و تفاوت، تنها در گامهای سفارش و پی‌گیری چاپ است. در تولید صفحه وب، به جای این دو گام، سفارش درج محصول تولید در پایگاه اینترنت، و پی‌گیری آن انجام می‌شود. درج صفحه وب در پایگاه اینترنت را اصطلاحاً نشر وب [Web publishing] می‌نامند.

ناشر وب، پس از اتمام تولید وب، یا باید آن را در سی‌دی-رام به تعداد موردنظر کپی کند، و یا به یک مؤسسه میزبانی وب [Web hosting] تحویل دهد تا در اینترنت منتشر گردد.

۴.۶. آماده‌سازی مدرک

پیش از آغاز تولید، در نسخه‌پردازی مدرک، نوع مدرک شناسایی، و براساس آن، ساختاربندی مدرک تعیین می‌شود. اگر متن، دستنوشته یا ماشین‌شده باشد، باید شماره‌گذاری صفحه‌های آن براساس اصول کالبدشناسی مدرک بازبینی گردد و در صورت نیاز پس از جابجا کردن صفحه‌ها، شماره‌گذاری، از نو انجام شود. اگر متن، در دیسک یا هر نوع رسانه کامپیوتری دیگر ارائه شده باشد، کافی است در فایل یا فایل‌های آن جابجایی‌های احتمالی انجام یا مشخص گردد، به طوری که ترتیب اجزای متن با کالبدشناسی مدرک مطابقت داشته باشد.

اصولاً آماده‌سازی مدرک باید در مرحله ویرایش انجام شده باشد و هنرمند تولید، تنها موظف است آن را کنترل نماید. با این حال، ممکن است به تشخیص مدیریت سازمان نشر، این گام از برنامه نشر، در مرحله تولید انجام یا بازبینی شود. کالبدشناسی مدرک، در فصل ۲ به تفصیل تشریح شده است.

۵.۶. تعیین فرمت صفحه

هریک از قسمتهای مدرک، شامل قسمتهای پیش‌متن و متن و پس‌متن، دارای فرمت کلی مخصوصی است که شرح مفصل آنها در مبحث کالبدشناسی مدرک (فصل ۲) آمده است.

برخی از اجزای مدرک دارای استانداردهای ثابتی هستند؛ مثلاً صفحه‌عنوان، صفحه‌حقوق، و نمایه، که فرمت آنها ثابت است و نیازی به تعیین فرمت ندارند. اما متن مدرک نیاز به تعیین فرمت دارد، که آن، به نوع مدرک، تعداد صفحه‌ها، و به ویژه به معیارهای چهارگانه تولید وابسته است.

در تعیین فرمت صفحه، از چند «پارامتر» استفاده می‌شود که آنها را پارامترهای تنظیم صفحه [page-setup parameters] می‌نامند. مهمترین این پارامترها عبارت‌اند از:

۱. ارتفاع متن،

۲. عرض متن،

۳. حاشیه بالا،

۴. حاشیه چپ یا راست،

۵. فاصله بین سطرها،

۶. حروف متن.

در ادامه بخش، پارامترها تشریح می شوند.

۱.۵.۶. ارتفاع متن

ارتفاع متن [text height یا text depth]، فاصله اولین سطر تا آخرین سطر صفحه (بدون احتساب سرصفحه) است، که امروزه معمولاً برحسب میلی متر یا سانتی متر مشخص می گردد. به عنوان مثال، در کتابهای رقی، این فاصله، معمولاً بین ۱۶/۵ و ۱۷/۵ سانتی متر است. در کتاب حاضر، ارتفاع متن ۱۷ سانتی متر است. در صفحه وب، ارتفاع متن نامحدود است، هرچند در صورت نیاز، می توان آن را محدود کرد.

در زیربخش بعدی، در جدول ۱.۶، انواع متداول ارتفاع متن در کتابهای متعارف نشان داده شده است.

۲.۵.۶. عرض متن

عرض متن [text width]، یا طول سطر، فاصله لبه سمت راست متن تا لبه سمت چپ آن است. به عنوان مثال، در کتاب حاضر، عرض متن ۱۱ سانتی متر است. در کتابهای رقی، این فاصله، معمولاً بین ۱۰/۵ و ۱۱/۵ سانتی متر است.

قطع اسمی کتاب	قطع بعد از برش	ارتفاع متن	عرض متن
جیبی، ۱۲/۵×۱۷/۵	۱۱/۵×۱۶/۵	۱۲/۵ تا ۱۴/۵	۷/۵ تا ۹
رقعی، ۱۵×۲۲/۵	۱۴/۵×۲۱/۵	۱۸ تا ۱۶/۵	۱۱/۵ تا ۱۰/۵
وزیری، ۱۷/۵×۲۵	۱۶/۵×۲۳/۵	۲۰ تا ۱۸/۵	۱۲/۵ تا ۱۱/۵
رحلی، ۲۲/۵×۳۰	۲۱/۵×۲۸/۵	۲۴ تا ۲۲	۱۴/۵ تا ۱۷
سلطانی، ۲۵×۳۵	۲۴×۳۳/۵	۳۰ تا ۲۶/۵	۱۷/۵ تا ۲۰

جدول ۱.۶. قطع کتاب و ارتفاع و عرض متن (یکها بر حسب سانتی متر)

نکته. در ایران، ورق کاغذهایی که برای چاپ کتاب مصرف می شود، عموماً یکی از دو اندازه ۷۰×۱۰۰ سانتی متر، و ۶۰×۹۰ سانتی متر است: اولی را اصطلاحاً چهارونیم ورق، و دومی را اصطلاحاً سه ورق می نامند. برای کتاب، غالباً هریک از دو نوع ورق کاغذ مذکور به ۴، ۸، ۱۶، و ۳۲ صفحه برش داده می شود، که در نتیجه، قطعهای مختلف به دست می آید: اندازه های جدول فوق براساس همین نوع ورقها تعیین شده اند. در کتابهای خارجی، ممکن است قطع کتابها، بسته به ورق مورد استفاده در کشورها، اندکی با مقادیر جدول فوق الذکر تفاوت داشته باشد.

برخی از ناشران، ورق چهارونیم یا سه ورق را به ۱۲، ۲۴، و ۴۸ صفحه تقسیم می کنند، که در این صورت قطعهای متفاوتی موسوم به قطع پالتویی و خشتی و غیره به دست می آید.

در متن دوستونه یا چندستونه، کافی است عرض هر ستون مشخص شود، که غالباً همه ستونها هم عرض تعیین می شوند. علاوه بر این، در متن دو یا چندستونه، فاصله بین ستونها نیز باید مشخص شود.

در تدوین صفحه وب، عرض متن را می توان آزاد گرفت. بنابر این، خواننده می تواند با کشانش لبه صفحه، آن را به دلخواه تنظیم کند. با این حال، در صورت نیاز، در صفحه وب نیز می توان عرض متن را به طور دقیق و ثابت تعریف کرد.

۳.۵.۶. حاشیه بالا

حاشیه بالا [top margin]، فاصله سفید اولین سطر صفحه، بدون در نظر گرفتن سرصفحه، تا لبه بالایی کاغذ است. اگر ارتفاع متن و حاشیه بالا معلوم باشند، حاشیه پایین [bottom margin] صفحه نیز خود به خود معلوم می شود؛ زیرا حاشیه پایین صفحه برابر است با تفاضل «طول صفحه کاغذ» و «ارتفاع متن به علاوه حاشیه بالا».

در صفحه وب، که ارتفاع متن نامحدود است، در صورت نیاز، می توان هم حاشیه بالا و هم حاشیه پایین را تعریف کرد. اگر هریک از این دو حاشیه تعریف نشوند، سیستم، یک مقدار پیش فرض برای آن در نظر می گیرد. در صفحه آرایی کتابهای چاپی، معمولاً نیازی به دادن فاصله بالا نیز نیست، زیرا فاصله حاشیه بالا در مرحله مونتاژ لیتوگرافی طوری تنظیم می شود که با فاصله سفید حاشیه پایینی برابر، و یا مطابق یک استاندارد از پیش تعیین شده باشد.

۴.۵.۶. حاشیه چپ یا راست

حاشیه چپ یا راست [left or right margin]، فاصله سفید ابتدا یا انتهای سطر تا لبه کناری کاغذ است. مثلاً در متن فارسی، حاشیه راست برابر است با سفیدی بین ابتدای سطر و لبه سمت راست کاغذ. اگر حاشیه راست و عرض متن معلوم باشند، حاشیه چپ صفحه نیز خود به خود معلوم می شود؛ زیرا حاشیه چپ صفحه برابر است با تفاضل «عرض صفحه کاغذ» و «عرض متن به علاوه حاشیه راست». به همین ترتیب، حاشیه راست را نیز می توان از روی حاشیه چپ و عرض متن به دست آورد.

در صفحه آرایی کتابهای چاپی، معمولاً نیازی به دادن حاشیه نیست، زیرا فاصله حاشیه چپ یا راست در مرحله مونتاژ لیتوگرافی طوری تنظیم می شود که حاشیه های چپ و راست برابر یا دارای نسبت معینی باشند.

در شکل ۶-۱، یک صفحه کوچک شده متن نشان داده شده است، که در آن، چهار فاصله ارتفاع متن، عرض متن، حاشیه بالا، و حاشیه چپ مشخص شده اند.

	حاشیه بالا	
حاشیه چپ	متن	حاشیه راست
	حاشیه پایین	

شکل ۶-۱ چهار پارامتر اصلی تنظیم صفحه

در متن دوستونه یا چندستونه، باید علاوه بر عرض هر ستون، فاصله بین ستونها نیز مشخص شود. بدین منظور، معمولاً کافی است فاصله لبه هر ستون تا لبه کاغذ داده شود تا فاصله بین ستونها نیز به دست آیند.

در صفحه وب، معمولاً متن چندستونه را براساس شیوه نامه «جدول» تعریف می کنند، اما برای آن، خطوط جدول را نمایش نمی دهند. مثلاً اگر متن، دوستونه باشد، ستون اول را فقره اول جدول، و ستون دوم را فقره دوم جدول تعریف می کنند.

۵.۵.۶. فاصله بین سطرها

فاصله بین سطرها [line spacing]، یا پایه حروف [leading]، فاصله بین دو سطر پشت سر هم، یعنی فاصله بین محور یک سطر و محور سطر بعدی است. محور سطر را اصطلاحاً خط کرسی می نامند.

نکته. در کتاب حاضر، هر دو اصطلاح فاصله بین سطرها و پایه حروف به کار برده شده اند. در نرم افزارهای واژه پردازی انگلیسی نیز هر دو اصطلاح

پایه سطرها است. *line spacing* و *leading*، به کار برده می‌شوند. اصطلاح دیگر فارسی معادل آنها

۱.۵.۵.۶. یکاهای اندازه‌گیری پایه حروف

یکاهای اندازه‌گیری متداول پایه حروف، عبارت‌اند از میلی‌متر و پونط [point]، که هر دو جزو یکاهای اندازه‌گیری طول هستند.

پونط، به عنوان یکای اندازه‌گیری طول، دارای انواع مختلف است. اما امروزه یکی از انواع آن استاندارد شده که برابر است با ۰/۳۵۲۵ میلی‌متر. این نوع پونط را **پونط استاندارد** نیز می‌نامند. بنابر این، فاصله بین سطرها یا پایه حروف ۱۰ پونط برابر با ۳/۵۲۵ میلی‌متر است.

در بیشتر نرم‌افزارهای واژه‌پردازی، پونط را برابر با 1/72 اینچ تعریف کرده‌اند. به هر حال، تفاوت این نوع پونط با پونط استاندارد قابل اغماض است.

یکای دیگری که گاهی برای اندازه‌گیری پایه حروف به کار می‌رود، **پایکای استاندارد** [standard pica]، یا پایکای em است که برابر با ۱۲ پونط، و معادل ۴/۲۳ میلی‌متر است. پایکای em را اختصاراً em نیز می‌نامند. برای شرح مفصل درباره انواع یکاهای اندازه‌گیری پونط، پایکا، سیسرو، em، و غیره، رجوع کنید به فرهنگ یکاهای اندازه‌گیری (۱۳۷۶).

در شکل ۲-۶، چند پایه حروف مختلف نشان داده شده است.

۵ میلی‌متر	۶ میلی‌متر	۷ میلی‌متر	۸ میلی‌متر
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----

شکل ۲-۶ چهار نمونه پایه حروف بر حسب میلی‌متر

در شکل ۳-۶، چند فاصله بین سطرها، برحسب پونظ نشان داده شده است.

۱۲ پونظ	۱۴ پونظ	۱۶ پونظ	۱۸ پونظ
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----

شکل ۳-۶ چهار نمونه پایه حروف برحسب پونظ

در متون عادی فارسی، فاصله بین سطرها، بین ۵ تا ۸ میلی‌متر، و در متون عادی لاتین، فاصله بین سطرها، بین ۴ تا ۶ میلی‌متر است. مثلاً در کتاب حاضر، فاصله بین سطرها، ۶ میلی‌متر است.

۲.۵.۵.۶. قاعده فاصله بین سطرها در خط فارسی

یکی از پرسشهای بسیار مهم و مشکل در حروفچینی فارسی، فاصله بین سطرها یا همان پایه حروف است. آیا می‌توان برای پایه حروف قاعده‌ای وضع کرد که دارای «بنیاد و استدلال علمی» باشد؟ شرح مفصل پاسخ و مبانی علمی و محاسبات آن در این کتاب مختصر نمی‌گنجد، و باید در یک مقاله تخصصی مفصل ارائه شود. در اینجا فقط به کلیات پاسخ اشاره می‌شود. پنج معیار اصلی برای تعیین قاعده فاصله بین سطرهای فارسی وجود دارد، که براساس آنها می‌توان قاعده بسیار ساده‌ای برای پایه حروف یا فاصله بین سطرها به دست آورد.

اما در اینجا پیش از ورود به بحث در باب پنج معیار مذکور، قاعده پایه حروف یا فاصله بین سطرها همراه با دو مثال تشریح می‌گردد.

قاعده فاصله بین سطرها

در تحریر یا حروفچینی کتاب چاپی فارسی، به ازای هر پونط اندازه حروف متن، حداقل فاصله بین سطرها برابر با نیم میلی متر معادل $1/42$ (یک-میزجهل ودو) پونط است.

مثال زیر قاعده فوق را شرح می دهد.

مثال ۱.۶.

- در متنی که با حروف ۱۰ پونط تحریر می شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر با ۵ میلی متر است؛
- در متنی که با حروف ۱۲ پونط تحریر می شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر با ۶ میلی متر است (مثلاً در کتاب حاضر که حروف متن آن ۱۲ پونط است، فاصله بین سطرها ۶ میلی متر است)؛
- در متنی که با حروف ۱۴ پونط تحریر می شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر با ۷ میلی متر است.

همچنان که اشاره شد، فاصله بین سطرها را با یکاهای دیگری مانند پونط و پایکا نیز می توان بیان کرد. در این صورت، به ازای هر میلی متر فاصله سطر، حدود $2/84$ پونط فاصله در نظر گرفته می شود.

مثال زیر، فاصله های مثال قبلی را بر حسب یکای پونط شرح می دهد.

مثال ۲.۶.

- در متنی که با حروف ۱۰ پونط تحریر می شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر با ۱۴ پونط (حدود ۵ میلی متر) است؛
- در متنی که با حروف ۱۲ پونط تحریر می شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر با ۱۷ پونط (حدود ۶ میلی متر) است (مثلاً در کتاب حاضر که حروف متن آن ۱۲ پونط است، فاصله بین سطرها حدود ۱۷ پونط است)؛

... در متنی که با حروف ۱۴ پونط تحریر می‌شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر با ۱۹/۸۸ پونط (حدود ۷ میلی‌متر) یا تقریباً ۲۰ پونط است.

۳.۵.۵.۶. معیارهای پنج‌گانه قاعده پایه حروف

معیار ۱. خط فارسی از نوع «پایین‌زده» [descender] است: به عبارت دیگر، بیشتر حروف فارسی در نگارش تحریری و دستنوشتی، از نوع حروف «پایین‌زده» هستند. در مقابل، خط انگلیسی از نوع «بالا‌زده» [ascender] است و بیشتر حروف آن در نگارش تحریری و دستنوشتی از نوع بالا‌زده هستند. در انگلیسی، حرفی که قسمتی از آن پایین‌تر از خط محوریِ پایین حرف x رفته باشد، حرف پایین‌زده نامیده می‌شود: مانند q, g, و y که در آنها یک خط کوچک از محور پایینی حرف به پایین ادامه دارد. همچنین، حرفی که قسمتی از آن بالاتر از خط محوریِ بالای حرف x رفته باشد، بالا‌زده نامیده می‌شود: مانند k, h که در آنها یک خط کوچک از محور بالایی حرف به بالا ادامه دارد. حروفی مانند c, o, r، از نوع محوری محسوب می‌شوند.

یادداشت ۱.۶ درصد دقیق احتمال وقوع حروف الفبا و حروف چاپی در دو زبان فارسی و انگلیسی، در منبع زبان و اطلاعات (۱۳۶۸) ارائه شده است. در فارسی، حروف ج، چ، ح، خ، و، ز، س، و غیره از نوع پایین‌زده، حروف ا، آ، ا، ط، ظ، ک، گ، از نوع بالا‌زده، و حروف ب، پ، و غیره از نوع محوری هستند. آمار (یا آمار وزن‌دار) حروف فارسی بالا‌زده، حدود ۲۴/۳ درصد، حروف پایین‌زده حدود ۲۴/۸ درصد، و حروف محوری حدود ۵۰/۹ درصد است. اما با احتساب درصد وقوع کسرهایی از پایین‌زدگی و بالا‌زدگی، مشخص می‌شود که حدود ۵۸ درصد حروف به پایین خط کرسی، و حدود ۴۲ درصد حروف به بالای خط متوسط محور تمایل دارد. در زبان انگلیسی، حروف بالا‌زده شامل t, l, k, h, f, d, b حروف پایین‌زده شامل j, g, p, q, y، (و گاهی z) هستند. بقیه حروف (مثلاً m, e، و غیره)، حروف محوری به حساب می‌آیند. به عبارت دقیق‌تر ۲۶/۸ درصد حروف از نوع بالا‌زده، ۶/۲۰ درصد حروف از نوع پایین‌زده، و بقیه (۶۷ درصد) از نوع حروف محوری هستند. بنابر این، کاملاً روشن است که خط زبان انگلیسی «بالا‌زده» است.

در این محاسبات، احتمال وقوع حروف در فارسی و انگلیسی نیز به حساب آورده شده است.

معیار ۲. طبق مطالعات آماری تقریبی، درصد بالازدگی حروف فارسی نسبت به ارتفاع معیار حدود ۴۵ درصد و درصد پایین زدگی حروف فارسی حدود ۴۰ درصد است. از سوی دیگر، درصد بالازدگی و پایین زدگی در خط انگلیسی با حروف معمولی کمتر از ۴۰ درصد [و نیز واریانس کمتر] است. مطالعات حروف شناسی زبان انگلیسی را با استفاده از تناسب می توان برای حروف شناسی زبان فارسی به کار برد. در ضمن، ظاهراً حروفچینی در سنامه های رشته ها و موضوعات مختلف انتشارات مک گرو هیل، بر اساس مطالعات حروف شناسی زبان انگلیسی صورت گرفته است، که خود، معیاری برای انتخاب فاصله سطرهای انگلیسی می تواند باشد.

معیار ۳. در انتخاب فاصله بین سطرها، علاوه بر دو مسئله فوق، مسئله «حروف و کلمات زیر خط دار»، حروف اعراب دار، و حداقل فاصله بین خط با حداکثر عمق حروف پایین زده فارسی نیز وجود دارد که در کلیه حالتها «تقاطع»، اصل مقدار اطلاعات و زیبایی شناسی نوشتار را نقض می کند. مطابق اصول تولید، به آسانی می توان استدلال کرد که تقاطع ناخواسته اعرابها و خط زیر کلمات با حروف یک سطر یا سطر زیر آن، مقدار اطلاعات و زیبایی متن را کاهش می دهد.

معیار ۴. در «برجسته نمایی»، با توجه به ویژگیهای خط فارسی، حداکثر سیاه سازی حروف نازک [بدر] برابر با ۳۵۰ درصد [تقریبی] است، اما در انگلیسی، حداکثر سیاه سازی حروف [تایمز-رومن] برابر با ۵۵۰ درصد [تقریبی] است. این درصدها تقریباً در مورد زیر خط دار سازی نیز صدق می کنند. هر چند، در زبان HTML (که در فصل ۷ تشریح می گردد)، هم برای خط فارسی و هم برای خط لاتین، سیاه سازی حروف، تا ۹۰۰ درصد تعریف شده است.

حداکثر قابلیت سیاه سازی حروف، در فاصله بین سطرها نیز باید به حساب آورده شود. این کار، عملاً اندازه حروف را افزایش می دهد، هر چند، از دیدگاه نظری، سیاه سازی حروف تأثیری بر اندازه آن ندارد.

معیار ۵. در تدوین قاعده فاصله بین سطرها، باید فرض گردد که در موارد ضروری، فاصله بین سطرها متغیر گرفته می شود. مثلاً در متنی که در آن، علامت انتگرال و

نمادهای شیمیایی وجود دارد، می‌توان فاصله سطرها را متغیر گرفت تا مسئله تقاطع پیش نیاید. در برخی واژه‌پردازها (مثلاً در مجموعه Office محصول میکروسافت) این مسئله پیش‌بینی شده است، و نرم‌افزار می‌تواند به طور خودکار، فاصله بین سطرها را افزایش دهد.

۴.۵.۵.۶. کاربردهای قاعده پایه حروف

معمولاً دو پارامتر اندازه حروف و پایه حروف را همراه با هم به کار می‌برند. مثلاً در صفحه شناسنامه کتاب، هم اندازه حروف و هم پایه حروف ذکر می‌شود (یا باید ذکر شود). در فارسی، این دو پارامتر را با اصطلاحهای زیر مشخص می‌کنند:

حروف ۱۲ پونط روی پایه ۶ میلی‌متر

حروف ۱۴ پونط روی پایه ۷ میلی‌متر

یا:

حروف ۱۲ پونط روی پایه ۱۷ پونط

حروف ۱۴ پونط روی پایه ۱۹۱۸۸ پونط (یا تقریباً ۲۰ پونط)

یا:

حروف ۱۲ پونط روی ۱۷ پونط

حروف ۱۴ پونط روی ۱۹۱۸۸ پونط (یا تقریباً ۲۰ پونط)

یا:

حروف ۱۲ روی ۱۷

حروف ۱۴ روی ۱۹۱۸۸ (یا تقریباً ۲۰)

و در انگلیسی، از اصطلاحهای زیر استفاده می‌کنند:

Typeset in 10 points on 4 mm

Typeset in 12 points on 5 mm

یا:

Typeset in 12 points on 14 points

Typeset in 12/14 points

یا:

Typeset in 12/14 pt.

Typeset in 12/14 pts.

یا:

Typeset in 12/14

Typeset in 12 on 14

در مثال زیر، کاربرد قاعده پایه حروف در متن شرح داده شده است.

مثال ۳.۶.

در متن کوتاه زیر، که با حروف ۱۲ پونظ تحریر شده، فاصله بین سطرها، به جای ۶ میلی‌متر، ۵ میلی‌متر گرفته شده است. به همین دلیل، برخی از حروف یک سطر با حروف سطر بعدی تداخل (تقاطع) پیدا کرده‌اند:

یکی از جدیدترین کتابهای کشاورزی منتشر شد. این کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای، آشنایی با باغ‌داری و سموم ضد آفت، نوشته آرام گرجی است. کتاب در آبادان، که یک شهر گرمسیری است منتشر شد، و گفته می‌شود که هم‌اکنون در آستانه توزیع وسیع است. با مطالعه این کتاب پرارج علمی به آسانی می‌توان با انواع آفت و سم، و کاربرد سموم ضد آفت در هر نوع باغ آشنا شد. دانش فنی موجود در این کتاب، در دانشگاهها، مثلاً دانشکده کشاورزی کرج، در سال ۱۳۷۰ ارائه شده بود و امسال توسط یک ناشر آملی خریداری شده است و به دانشکده ...

اما اگر همان متن با فاصله پایه حروف ۶ میلی متر تحریر شود، تداخل (تقاطع) پیش نمی‌آید:

یکی از جدیدترین کتابهای کشاورزی منتشر شد. این کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای، آشنایی با باغ‌داری و سموم ضد آفت، نوشته آرام گرجی است. کتاب در آبادان، که یک شهر گرمسیری است منتشر شد، و گفته می‌شود که هم‌اکنون در آستانه توزیع وسیع است. با مطالعه این کتاب پرارج علمی به آسانی می‌توان با انواع آفت و سم، و کاربرد سموم ضد آفت در هر نوع باغ آشنا شد. دانش فنی موجود در این کتاب، در دانشگاهها، مثلاً دانشکده کشاورزی کرج، در سال ۱۳۷۰ ارائه شده بود و امسال توسط یک ناشر آملی خریداری شده است و به دانشکده ...

نکته. در موارد بسیار نادر، اگر حرف «آ» یا «گ» دارای اعراب، دقیقاً زیر یک حرف بزرگ پایین‌زده دارای کسره واقع شود، احتمال تقاطع وجود خواهد داشت. این موارد استثنایی را ویراستار می‌تواند تشخیص دهد و اصلاح کند. علاوه بر این، ممکن است در طراحی برنامه واژه‌پرداز فارسی، این مسئله نیز پیش‌بینی شود.

اگر متن دارای حروف زیر-خط دار نباشد، حداقل فاصله‌های مذکور و فرمول کلی آن نماینده فاصله بهینه سطرها است؛ اما اگر متن دارای حروف زیر-خط دار باشد، نسبت مذکور به ۰/۶ میلی متر به ازای هر پونط افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، فاصله بین سطرها در متنی که دارای حروف زیر-خط دار است، به شرح زیر

خواهد بود:

– برای حروف ۱۰ پونط، فاصله ۶ میلی متر؛

– برای حروف ۱۲ پونط، فاصله ۷/۲ میلی متر؛

– برای حروف ۱۴ پونط، فاصله ۸/۴ میلی متر.

اگر فاصله سطرها متغیر گرفته شود، بدین ترتیب که فقط در سطرهای حاوی حروف زیر خط دار، فاصله بین سطرها بیشتر گرفته شود، همان قاعده اصلی قابل استفاده خواهد بود. مثال زیر این مطلب را شرح می دهد.

مثال ۴.۶.

در متن کوتاه زیر، که با حروف ۱۲ پونط تحریر شده است، یک عبارت زیر خط دار وجود دارد. به همین دلیل، فاصله بین سطرهای حاوی عبارت و سطر بعدی آن به جای ۶ میلی متر، ۷ میلی متر گرفته شده است:

اسپانیولی رایجترین زبان رومیایی است – هم از نظر تعداد
سخنگویان و هم از نظر تعداد کشورهای که این زبان، زبان اصلی
آنهاست. علاوه بر اسپانیا، زبان رسمی کلیه کشورهای آمریکای
لاتین (به جز برزیل و گویان)، آمریکای مرکزی، مکزیک، کوبا،
دومینکن، و پورتوریکو نیز هست. این زبان در قسمتهایی از مراکش،
جزایر قناری، سواحل آفریقا، تگزاس، آریزونا، ...

که روشن است که خط زیر زبان رسمی در سطر سوم، تداخلی با کلمات سطر بعد پیدا نکرده است. اما اگر همان متن، با سطرهای ثابت ۶ میلی متر تحریر شود؛ یعنی به صورت زیر، منجر به تداخل خواهد شد:

اسپانیولی رایجترین زبان رومیایی است – هم از نظر تعداد
سخنگویان و هم از نظر تعداد کشورهای که این زبان، زبان اصلی
آنهاست. علاوه بر اسپانیا، زبان رسمی کلیه کشورهای آمریکای
لاتین (به جز برزیل و گویان)، آمریکای مرکزی، مکزیک، کوبا،
دومینکن، و پورتوریکو نیز هست. این زبان در قسمتهایی از مراکش،
جزایر قناری، سواحل آفریقا، تگزاس، آریزونا، ...

که خط زیر کلمات سطر سوم، با حرف «آ» از سطر چهارم تداخل پیدا کرده است.

روشن است که اگر در مثال فوق، فاصله کلیه سطرها، حدود ۷ میلی‌متر یا ۷/۲ میلی‌متر در نظر گرفته می‌شد، تداخلی پیش نمی‌آمد. اما انتخاب فاصله اضافی برای کلیه سطرهای متن معمولاً مناسب نیست، زیرا اصل نخست تولید را نقض می‌کند. معمولاً بهتر است فقط سطرهای حاوی عبارتهای زیر خط دار دارای فاصله اضافی باشند.

نکته. در پایان‌نامه‌های فارسی، که در آنها حروف متن، معمولاً ۱۴ پونط یا گاهی ۱۲ پونط است، فاصله بین سطرها را معمولاً ۱۰ میلی‌متر می‌گیرند. این فاصله‌گذاری، تقریباً برابر با فاصله‌گذاری یک سطر در میان محسوب می‌شود. در پایان‌نامه‌های انگلیسی نیز معمولاً از فاصله یک سطر در میان استفاده می‌شود. در متون لاتین، به دلیل ویژگیهای حروف، پایه حروف را کمتر از فارسی در نظر می‌گیرند. علت نیز کاملاً روشن است: درصد حروف بالازده و پایین‌زده لاتین کمتر از فارسی است. مثال زیر این مسئله را شرح می‌دهد.

مثال ۵.۶.

متن انگلیسی زیر، با حروف ۱۰ پونط و پایه ۱۰ پونط، یا اصطلاحاً ۱۰ روی ۱۰ پونط (معادل ۳/۵۲۵ میلی‌متر) تحریر شده است.

In written and spoken language there are certain effective ways of saying things without saying them directly. Called figures of speech, they are used to emphasize, clarify, and embellish what is being said. Most figures of speech simply take what is well-known and use it to depict what is less familiar.

همچنان که از مطالعه متن فوق بر می‌آید، پایه حروف ۱۰ پونط برای حروف ۱۰ پونط لاتین، هیچ گونه تداخلی پدید نیاورده است.

مثال فوق، یکی از تفاوت‌های بسیار مهم خط فارسی و لاتین را نشان می‌دهد. پایه حروف در متن لاتین، به اندازه محسوس و قابل توجهی از پایه حروف در متن فارسی

کمتر است.

به طور کلی، با مطالعه حروفچینی و صفحه‌آرایی درسنامه‌های استاندارد انتشارات مک‌گرو هیل و نیز انتشارات جان وایلی می‌توان دریافت که برای پایه حروف متن انگلیسی نیز قاعده‌ای وجود دارد که آن به شرح زیر است:

در تحریر یا حروفچینی کتاب چاپی انگلیسی، به ازای هر پونط اندازه حروف متن، حداقل فاصله بین سطرها برابر با ۳۵۲۵/۰ میلی‌متر، معادل ۱ پونط است.

مثلاً در متنی که با حروف ۱۰ پونط تحریر می‌شود، فاصله بین سطرها حداقل برابر ۳/۵۲۵ میلی‌متر یا ۱۰ پونط است.

اما معمولاً حروف ۱۰ پونط لاتین روی پایه ۱۲ یا ۱۱، و حروف ۱۲ پونط روی پایه ۱۳ یا ۱۴ چیده می‌شود. به عبارت دیگر، در حروف معمولی لاتین، پایه حروف حدود یکی-دو پونط از خود حروف بیشتر گرفته می‌شود.

۵.۵.۵.۶. پایه حروف در نشر الکترونیکی

علت اصلی محدودیت در پایه حروف، صرفه‌جویی در مصرف کاغذ است، هرچند، زیبایی‌شناسی و کاربردپذیر بودن نیز در پایه حروف متن چاپی دخالت دارد.

اما در رسانگان، مانند صفحه وب و سی‌دی-رام، کم یا زیاد گرفتن پایه حروف، هیچ تأثیری بر هزینه نشر ندارد، زیرا در آن، کاغذ مصرف نمی‌شود، و اندازه حروف و پایه آن، در مصرف حافظه و سرعت انتقال اطلاعات نیز تأثیری ندارند.

معمولاً در رسانگان‌ها، پایه حروف را بیشتر از پایه متداول در کتاب چاپی می‌گیرند. مثلاً در متن فارسی، برای حروف ۱۲ پونط، پایه ۲۰ تا ۳۰ پونط، و در انگلیسی، برای حروف ۱۲ پونط، پایه ۱۶ تا ۲۵ پونط را در نظر می‌گیرند. اما در کتاب الکترونیکی، اندازه حروف و پایه، معمولاً مشابه کتاب سنتی در نظر گرفته می‌شود، که شکل و ترکیب صفحه‌های کتاب، عیناً مشابه کتاب سنتی باشد.

۶.۵.۶. تعیین حروف

پس از تعیین فرمت صفحه، متن به حروفچین داده می‌شود و حروفچین نیز طبق علامت‌گذاری مرحله‌ماقبل به کار خود می‌پردازد. امروزه این کار تقریباً فقط با

کامپیوتر انجام می‌شود. حتی ممکن است متن نیز به صورت دست‌نویست یا ماشین‌نویست نباشد و در دیسک به ناشر ارائه شده باشد. در این صورت، متن نیازی به حروفچینی مجدد ندارد.

گرچه کامپیوتر امکانات بسیار گسترده‌ای در تنوع حروف فراهم می‌سازد، اما مطابق اصل یا معیار چهارم تولید، استفاده بدون منطق از این امکانات گسترده نادرست است.

در حال حاضر، برای کتاب، حروف ساده متن از قلم بدر ۱۲ پونط (یا ۱۰ یا ۱۴ پونط)، ارجح است، و اگر هنرمند تولید، حروف متن دیگری را برگزیند باید بتواند برای انتخاب خود استدلال ارائه دهد. «بدر» از این جهت ارجح است که بیش از حروف دیگر در متون فارسی به کار می‌رود، و معروفیت بیشتری پیدا کرده و در نتیجه، خواننده فارسی‌زبان، با آن بیشتر عادت کرده است. در کتاب حاضر نیز همین قلم به کار برده شده است.

نکته. در برخی از حروف، به ویژه در حروف موسوم به لاینوترون، به طور سنتی، اندازه حروف بیش از اندازه واقعی آن ذکر می‌شود. مثلاً حروفی که با اندازه ۱۴ پونط مشخص می‌شود، ممکن است عملاً ۱۲ پونط باشد. حروفچین و اپراتور واژه‌پردازی باید بتواند این تفاوتها را تشخیص دهد. بدین منظور بهترین راه، مقایسه نسبی اندازه حروف موردنظر با اندازه حروف لاتین تایمز-رومن است.

تعیین حروف متن و قسمتهای مختلف کتاب، مستلزم آشنایی کافی با حروفچینی و حروف‌شناسی است که بخش بعد بدانها اختصاص دارد.

۶.۶. حروفچینی و حروف‌شناسی

حروف [types]، عبارت است از مجموعه نمادهای چاپی الفبایی، عددی، نقطه‌گذاری، و نمادهای ویژه [مانند علامت + و &]، که مجموعه یک دست کامل آنها را یک فونت [font] یا فونت حروف یا قلم حروف می‌نامند. مثلاً یک دست حروف یک فونت (تقریباً) کامل لاتین چنین است:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#\$%^&*()_ = + , ' " . ,

که البته فونت حروف فوق، فقط یک نمونه از یک دست کامل حروف محسوب می‌گردد. در بخش حاضر، مشخصات کامل انواع حروف لاتین و فارسی تشریح می‌گردد.

۱.۶.۶. خانواده حروف

یک مجموعه حروف با اندازه‌های مختلف را، که دارای مشخصه مشترکی باشند، یک خانواده حروف [type family] می‌نامند. خانواده حروف را معمولاً با یک نام سنتی معین می‌کنند؛ مثلاً در فارسی، حروف بدر، حروف ترافیک، حروف اسفنجانی؛ و در انگلیسی، حروف تایمز-رومن، حروف هلوتیکا، حروف کوریر، و غیره. این مطلب در زیربخشهای بعدی نیز مجدداً تشریح می‌گردد. همچنین، در پیوست «پ» فصل حاضر نیز انواع خانواده‌های حروف فارسی و لاتین نشان داده شده است.

۲.۶.۶. مشخصات اساسی حروف

هر خانواده حروف، دارای انواع گوناگونی است، که به ویژه سه مشخصه آن مهم است:

۱. انواع قلم،

۲. انواع شیب،

۳. انواع اندازه.

مثلاً خانواده حروف فارسی بدر، یا حروف انگلیسی تایمز-رومن دارای انواع قلم،

شیب، و اندازه است.

البته ممکن است یک یا چند ویژگی دیگر را نیز به مشخصات سه‌گانه خانواده اضافه کرد، اما در حروفچینی، به ویژه در حروفچینی فارسی، برای انتخاب حروف مناسب برای یک کاربرد معین، کافی است که فقط همین سه مشخصه، یعنی قلم-شیب-اندازه، ذکر گردد.

از سوی دیگر، باید توجه داشت که در واژه‌پردازهای لاتین، مشخصه‌های حروف هر خانواده را به سه نوع تقسیم می‌کنند:

۱. قلم حروف [font-style]، شامل سه گروه اصلی ایتالیک [italic]، ایستاده [normal]، و مایل [oblique]؛

۲. وزن حروف [font-weight]، شامل سبک [light] یا نحیف، نازک [normal]، سیاه [bold]، و سیاه‌تر [bolder]. حتی وزن حروف را می‌توان با اعداد ۱۰۰ درصد تا ۹۰۰ درصد بیان کرد؛ که ۱۰۰ درصد، نماینده نازک‌ترین حروف، و ۹۰۰ درصد، نماینده ضخیم‌ترین یا سیاه‌ترین حروف است؛

۳. اندازه حروف [font-size]، شامل اندازه‌های حروف برحسب یکای اندازه‌گیری پونط، مثلاً حروف ۱۰ پونط، ۲۰ پونط، و ۳۰ پونط.

حروفچین و ویراستار باید با هر دو شیوه تقسیم‌بندی مشخصه‌های حروف آشنا باشد. مشخصه‌های سه‌گانه واژه‌پردازی، یعنی قلم-وزن-اندازه، در فصل ۷ کتاب حاضر تشریح خواهند شد. در فصل حاضر، مشخصه‌های حروف به روش سنتی، یعنی مشخصه‌های سه‌گانه قلم-شیب-اندازه تشریح می‌شوند. با این حال، مشخصه‌های سه‌گانه قلم-شیب-اندازه، همه مشخصه‌های واژه‌پردازی، یعنی قلم-وزن-اندازه، را نیز می‌پوشانند. در ضمن، در فصل حاضر، در تشریح مشخصه‌های قلم-شیب-اندازه، به مشخصه‌های قلم-وزن-اندازه نیز اشاره خواهد شد.

۱.۲.۶.۶. انواع قلم

هر خانواده حروف دارای یک یا چند قلم [font-style]، یا اختصاراً [font] است، که معمولاً حداقل شامل قلم نازک [normal] و قلم سیاه [bold] می‌شود. اما ممکن است یک خانواده، دارای قلم‌های دیگری مانند قلم نیمه‌سیاه، قلم بسیار نازک یا سبک،

قلم سایه‌دار، قلم زیر خط دار، قلم سیاه‌تر [bolder]، و غیره نیز باشد. نمونه‌های زیر، سه شکل اصلی از انواع قلم را نشان می‌دهند:

حروف نازک، یا حروف عادی، normal font

حروف سیاه، bold font

حروف سیاه‌تر

نمونه‌های واقعی انواع قلم فارسی و لاتین، در بخش‌های بعدی، و نیز در پیوست «الف» فصل حاضر نشان داده شده‌اند.

۲.۲.۶.۶. انواع شیب

هر خانواده حروف می‌تواند دارای انواع شیب [slope]، یا میل باشد، که معمولاً با درصد، از منهای یک درصد تا منهای ۱۰۰ درصد، و مثبت یک درصد تا مثبت ۱۰۰ درصد، مشخص می‌شود. حروف فارسی شیب‌دار را ایرانیک [iranian]، و حروف لاتین شیب‌دار را ایتالیک [italic] می‌نامند.

درصد شیب، برابر است با زاویه شیب حرف نسبت به حالت عمودی، در خلاف جهت حرکت عقربه‌های ساعت، که بر حسب درصد بیان می‌شود؛ مثلاً در:

شیب منهای ۱۰ درصد،

شیب منهای ۳۰ درصد،

شیب منهای ۵۰ درصد،

شیب منهای ۹۰ درصد،

شیب مثبت ۳۰ درصد،

شیب مثبت ۵۰ درصد.

در کتاب حاضر، برای فارسی شیب منهای ۲۲ درصد انتخاب شده است و برای لاتین شیب مثبت ۲۲ درصد. (مثلاً:

BOOK

که دارای شیب مثبت ۲۲ درصد است.)

در برخی از سیستم‌های واژه‌پردازی، در شیب‌های حروف محدودیت وجود

دارد، و هر خانواده حروف فقط دارای یک یا چند شیب معین است. در برخی دیگر، شیب یا زاویه هر خانواده یا هر قلم حروف را به دلخواه از صفر تا ۱۰۰ درصد مثبت یا منفی می‌توان انتخاب کرد.

یادداشت ۲.۶. متأسفانه تا تاریخ نگارش کتاب حاضر (۱۳۸۰)، هیچ نوع امکاناتی در زبان HTML برای اندازه شیب وجود نداشته، و به ویژه شیب منفی که در خط فارسی (و عربی) ضروری است برای حروف تعریف نشده است. جالب و عجیب است که مشخصه توصیفگر *oblique* در زبان HTML و شیوه‌نامه CSS شیوه‌نامه‌های مشابه دیگر تعریف شده است؛ اما هیچ اندازه‌ای برای آن تعریف نشده است! این مسئله، مشکل بزرگی در کاربرد HTML فارسی (و عربی) محسوب می‌گردد. در انگلیسی، برای حروف ایتالیک، شیب مثبت مناسب است که در HTML و زبانهای دیگر نیز تعریف شده است.

۳.۲.۶.۶. اندازه حروف

هر خانواده حروف می‌تواند دارای انواع حروف با اندازه‌های مختلف باشد. اندازه حروف [type size]، با یکای اندازه‌گیری پونط [point] مشخص می‌شود. همچنان‌که پیشتر اشاره شد، پونط، نوعی یکای کاربردی طول برابر با $\frac{1}{72}$ اینچ است، که امروزه معمولاً به تقریب، $\frac{0.3525}{1}$ میلی‌متر در نظر گرفته می‌شود (اندازه اصلی و سنتی پونط، حدود $\frac{0.35277778}{1}$ میلی‌متر است). هر ۱۲ پونط معادل یک پایکا [pica] است. همچنین، در اروپا، هر ۱۲ پونط را یک سیسرو [cicero] می‌نامند. نمونه‌های زیر، مفهوم نسبی یکای پونط را نشان می‌دهند:

حروف ۸ پونط

حروف ۱۰ پونط

حروف ۱۲ پونط

حروف ۱۴ پونط

حروف ۲۰ پونط

حروف ۳۰ پونط

نمونه‌های واقعی انواع اندازه حروف در پیوست «ب» فصل حاضر نشان داده شده‌اند.

برای شرح مفصل انواع پونط، پایکا، و سیسرو، رجوع کنید به فرهنگ یکاهای اندازه‌گیری (۱۳۷۶).

۳.۶.۶. مشخصات کامل حروف

یک خانواده حروف، شامل همه حروف با انواع قلم، انواع شیب، و اندازه‌های مختلف است. و به تعبیر مشخصه‌های سه‌گانه واژه‌پردازی، یک خانواده حروف، دارای انواع قلم، وزن، و اندازه است.

اما علاوه بر سه مشخصه فوق، مشخصه مهمتری نیز وجود دارد که آن، خانواده حروف [font family] است. بنابر این، مشخصات کامل حروف، شامل چهار مشخصه می‌شود. مثال زیر این مطلب را تشریح کرده است.

مثال ۶.۶.

یک نمونه حروف لاتین نازک اندازه ۱۲ پونط ایستاده، حاوی ۲۶ حرف لاتین بزرگ، ۲۶ حرف لاتین کوچک، و ۱۰ رقم عددی لاتین و حدود ۱۰ تا ۳۰ علامت ویژه، مانند کاما، نقطه، پرائتز، و غیره است:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! @ # \$ % ^ & * () _ = + , ' " .

که مشخصات کامل آن عبارت است از: حروف تایمز-رومن نازکِ ایستادهٔ ۱۲ پونط.

در مثال فوق، چهار مشخصهٔ کامل دست حروف برحسب اصطلاحات حروفچینی سنتی عبارت‌اند از:

مشخصهٔ اول، قلم: نازک؛

مشخصهٔ دوم، شیب: ایستاده (شیب صفر)؛

مشخصهٔ سوم، اندازه: ۱۰ پونط؛

مشخصهٔ چهارم، خانواده: تایمز-رومن.

همان مشخصات کامل خانوادهٔ فوق برحسب اصطلاحات واژه‌پردازی کامپیوتری چنین است:

مشخصهٔ اول، قلم [style]: ایستاده (شیب صفر)؛

مشخصهٔ دوم، وزن [weight]: نازک؛

مشخصهٔ سوم، اندازه [size]: ۱۰ پونط؛

مشخصهٔ چهارم، خانواده [family]: تایمز-رومن.

دست حروف مثال ۶.۶، با شبیه‌های متفاوت، و نیز با قلم سیاه و نیمه‌سیاه نیز وجود دارد. مثلاً یک نمونهٔ آن سیاه تایمز-رومن ۱۲ پونطِ ایستاده، و نمونهٔ دیگر آن نازکِ تایمز-رومن ۱۲ پونطِ ایتالیک است. هر دوی این نمونه‌ها به خانوادهٔ حروف تایمز-رومن تعلق دارند.

بنابر این، یک خانوادهٔ حروف، می‌تواند چندین قلم (حداقل دو قلم نازک و سیاه)، چندین شیب (حداقل یک شیب ایرانیک یا ایتالیک استاندارد) و دهها اندازهٔ فونت (۸ پونط، ۱۰ پونط، ...، ۷۲ پونط، ۹۶ پونط، و ...) باشد. به عبارت دیگر، یک خانوادهٔ حروف می‌تواند دهها یا صدها شکل متفاوت داشته باشد.

برحسب اصطلاحات واژه‌پردازی، ساده‌ترین فرمول برای تعداد دستهای حروف چنین به دست می‌آید:

مشخصهٔ اول، قلم [style]: شامل سه قلم ایستاده [normal]، ایتالیک [italic]، و

مایل [oblique]؛

مشخصهٔ دوم، وزن [weight]: شامل پنج وزنِ نحیفتر [lighter]، نحیف [light]، نازک [normal]، سیاه [bold]، و سیاهتر [bolder]؛

مشخصهٔ سوم، اندازه [size]: شامل حدود ۴۰ اندازهٔ ۶ پونط، ۸ پونط، ۱۰ پونط، ۱۲ پونط، تا ۹۶ پونط؛

مشخصهٔ چهارم، خانواده [family]: شامل حدود ۵۰ خانوادهٔ مهم لاتین، مانند تایمز-رومن، و حدود ۳۰ خانوادهٔ مهم فارسی، مانند ترافیک.

بنابر این، تعداد دسته‌های حروف از حاصل ضرب چهار مقدار فوق به دست می‌آید:

$$۳ \text{ قلم} \times ۵ \text{ وزن} \times ۴۰ \text{ اندازه} \times ۸۰ \text{ خانواده}$$

که حاصل ضرب آن برابر است با ۴۸۰۰۰ دست حروف.

اما تعداد واقعی دسته‌های حروف، بسیار بیشتر از ۴۸۰۰۰ دست است. زیرا تعداد اندازه می‌تواند تا ۱۰۰، و حتی بیشتر، و تعداد خانواده می‌تواند صدها و هزاران باشد. عدد ۴۸۰۰۰ فقط می‌تواند نمایندهٔ تعداد مهمترین و پرکاربردترین دسته‌های حروف باشد. در سه پیوست «الف»، «ب»، و «پ» فصل حاضر، نمونه‌هایی از انواع قلم، اندازه، و خانواده‌های حروف فارسی و لاتین آنها نشان داده شده است.

مثال ۷.۶.

یک دست استاندارد حروف تایمز-رومن در دههٔ ۱۹۸۰، شامل سه قلم نازک، سیاه، و سیاهتر، دو شیب ایستاده و ایتالیک، و ۲۲ اندازهٔ حروف بوده است. بنابر این، تعداد دسته‌های حروف تایمز-رومن در دههٔ ۱۹۸۰ برابر بوده است با:

$$(دست حروف) = ۱۳۲ = ۲ \times ۲ \times ۳$$

در ضمن، هر دست کامل حروف تایمز-رومن، که خطوط همهٔ زبانهای اروپایی، به جز یونانی و سیریلیک، را می‌پوشاند، حاوی حدود ۱۴۰ حرف و نماد بوده، که امروزه نیز تقریباً چنین است.

یادداشت ۳.۶.

در نرم‌افزارهای واژه‌پردازی کامپیوتری، مثلاً Word محصول میکروسافت، و زرنگار محصول سینا، تعداد زیادی دست حروف وجود دارد، که تعداد آن به هزاران دست می‌رسد. اما در روزگار قدیم، یعنی تا پیش از دهه ۱۹۸۰، هر مؤسسه حروفچینی، قادر بود فقط چند دست حروف، یا حداکثر چند ده دست حروف از نوع سربی در دسترس داشته باشد، که نگاهداری آن بسیار بسیار مشکل و پرهزینه بود. برای نمونه، یکی از مؤسسات بزرگ حروفچینی ایرانی در سال ۱۳۵۸، دارای فقط ۱۲۰ دست حروف فارسی و ۳۰ دست حروف لاتین بود، که آنها را در یک سالن بزرگ به مساحت حدود ۸۰ مترمربع، و در هزاران جعبه کوچک (در قالب دهها کشوی چوبی بزرگ به نام گارسه) نگاهداری می‌کرد. هزینه تهیه این تعداد دست حروف در آن زمان چندین میلیون تومان، و وزن کل حروف به چندین تون می‌رسید. حروفچینهای آن روزگار به دلیل تماس مداوم با سرب دچار مسمومیت مزمن می‌شدند، به طوری که دولت، سهمیه مخصوص شیر اضافی روزانه برای آنان تعیین کرده بود. حروفچینهای آن روزگار، همواره با دستهای سمی و سیاه به منزل می‌رفتند، ...؛ و خلاصه این که حروفچینی آن روزگار جزو مشکلترین مشاغل و پرهزینه‌ترین مراحل چاپ و نشر به حساب می‌آمد. نگارنده کتاب حاضر، در روزگار قدیم، حتی تا سال ۱۳۶۶ نیز با حروفچینی سربی سروکار داشته است، و کم و بیش با مشکلات آن آشنایی دارد. برای مقایسه، امروزه هر کسی که یک کامپیوتر شخصی و یک نرم‌افزار ویندوز داشته باشد، تقریباً به طور رایگان، به هزاران یا حتی میلیونها دست حروف فارسی و لاتین دسترسی دارد، و می‌تواند آنها را به آسانی و بدون محدودیت به کار برد. به هر حال، حروفچینهای روزگار حروفچینی سربی، سهم بسیار عمده‌ای در اشاعه دانش و فرهنگ و آموزش در کشور داشته‌اند. از این روی، شایسته است که تا این عزیزان در قید حیات هستند، از آنان تجلیل شود. شاید وظیفه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد که آنان را شناسایی کند و یک تجلیل مناسب از آنان به عمل آورد.

یادداشت ۴.۶. هر کسی که امروزه با تولید کتاب و صفحه وب فارسی سروکار دارد، سنتی را به ارث برده، که از حروفچینهای بزرگ دهه‌های ۱۳۳۰ تا اوایل دهه

۱۳۶۰ به یادگار مانده است. با مقایسه سنتهای حروفچینی سربی ایرانی و حروفچینی مشابه در کشورهای عربی و حتی برخی کشورهای اروپایی، می‌توان نتیجه گرفت که این میراث ایرانی بسیار گرانقدر و مایه مباهات است. اما متأسفانه از زمان ورود فناوری واژه‌پرداز و نشر رومیزی به کشور عزیز، استفاده بی‌رویه و غیرعلمی از امکانات گسترده حروفچینی کامپیوتری، سنتهای گرانقدر حروفچینی فارسی را به شدت مخدوش ساخته است. علاوه بر این، دانش حروفشناسی پس از دوران نشر رومیزی در زبان فارسی رو به افول نهاده است.

۴.۶.۶. نژاد حروف

مجموعه‌ای کلی از چند «خانواده حروف» را، که ویژگیهای مشترکی دارند، یک نژاد حروف [type race] می‌نامند. مثلاً مجموعه خانواده‌هایی که به حروف دستنویسته شباهت دارند، «نژاد دستخطی» به حساب می‌آیند، و مجموعه خانواده‌هایی که از حروف غیرعادی تشکیل می‌یابند، «نژاد فانتزی» نامیده می‌شوند. در زبان انگلیسی، هزاران خانواده حروف (شاید هم بیشتر) طراحی شده است، که احتمالاً همه آنها را می‌توان در ۲۰ تا ۳۰ نژاد قرار دارد. مثلاً در لاتین، حروف تایمز-رومن و هلوتیکا یا اوبال به یک نژاد تعلق دارند. در فارسی حروف بدر و لوتوس و زر و اسفراجانی جزو یک نژاد محسوب می‌شوند.

کل خانواده‌های حروف لاتین تایمز-رومن و هلوتیکا و چندین خانواده مشابه دیگر، مجموعاً یک «نژاد حروف» را تشکیل می‌دهند، که اغلب کتابهای لاتین با آنها حروفچینی می‌شوند.

گاهی نیز نژاد حروف را برحسب ویژگیهایی چون داشتن زائیده در نوک حروف یا سیریف [serif] و غیره تعریف می‌کنند. (در این صورت، تایمز-رومن و هلوتیکا در یک نژاد قرار نمی‌گیرند.)

به طور کلی، مفهوم و واژه نژاد حروف به طور دقیق تعریف نمی‌شود و هر مؤسسه حروفچینی بسته به امور جاری خود نژاد حروف را تعریف می‌کند. در فارسی، به تعبیری شش نژاد عمده وجود دارد که عبارت‌اند از:

۱. حروف کتابی (حروف متن تقریباً همه کتابها و روزنامه‌ها، مانند حروف بدر و لوتوس و زر)؛

۲. حروف ماشین تحریری (حروف ماشین تحریرهای قدیمی دستی)؛
 ۳. حروف دستخطی ساده (نوع خاصی از حروف، که بسیار ساده به نظر می‌رسد؛ مانند حروف ترافیک، کودک، و حروفی که در کتابهای درسی اول دبستان به کار می‌رود)؛
 ۴. حروف خوشنویسی (شامل حروف خط شکسته و نستعلیق و کوفی و غیره، که در خوشنویسی فارسی به کار می‌رود)؛
 ۵. حروف فانتزی (شامل انواع حروف غیرعادی، که مثلاً در آگهیهای تجارتي به کار می‌رود)؛
 ۶. حروف عربی (نوعی خط و حروف کتابی، که در کتابهای عربی متداول است، و تفاوت‌هایی جزئی با خط متداول در کتابهای فارسی دارد)
- خانواده‌های حروف لاتین را نیز می‌توان به همین شش نژاد تقسیم کرد، به جز، حروف نژاد عربی، که در لاتین وجود ندارد، و به جای آن، حروفی موسوم به Old English وجود دارد که آن را می‌توان یک نژاد به حساب آورد.
- در پیوست «ت»، چند نمونه از انواع نژاد حروف فارسی و لاتین نشان داده شده است. در حروفچینی لاتین نیز تعداد و انواع نژادها در هر مؤسسه حروفچینی به صورت خاصی تعریف می‌شود، اما به طور کلی می‌توان حدس زد که تعداد نژادهای حروف لاتین بین ۱۰ تا ۳۰ است. به هر حال، دسته‌بندی خانواده‌های حروف لاتین به نژادها، نیاز به توصیف و تعریف علمی و دقیقی ندارد.

۷.۶. حروف‌شناسی متن

همچنان‌که در فصل سوم اشاره شد، حروف‌شناسی [graphology]، یکی از عناصر نگارش است، که اهمیت آن کمتر از عناصر دیگر، مانند املا، دستور زبان، و فصاحت نیست. این مبحث نه تنها به حروفچینی، که به رسم‌الخط و نقطه‌گذاری نیز مربوط می‌شود. اما در فصل حاضر، حروف‌شناسی، بیشتر از جنبه تولید فنی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

نکته. در زبان‌شناسی، مبحث حروف‌شناسی، یا به تعبیر زبان‌شناسان فارسی، نویسه‌شناسی، درباره شکل و تمایزهای حروف و نمادها بحث می‌کند، که مطالب آن

کاربرد چندانی در تولید کتاب ندارند. به هر حال، خلاصه این مبحث در فصل ۳ (در زیربخش ۵.۳.۳) ارائه شده است.

حروف‌شناسی دانشی است که درباره تعیین و شناسایی حروف مناسب برای اجزا و مطالب مختلف متن بحث می‌کند. طبیعی است که اساس حروف‌شناسی، بر چهار اصل تولید (بخش ۲.۶) استوار است.

از نظر صفحه‌آرایی و حروف‌شناسی زبان، هریک از انواع حروف کاربرد مخصوص دارد، و به طور کلی، حروف را از نظر کاربرد به سه گروه تقسیم می‌کنند:

۱. گروه حروف متن،

۲. گروه حروف پیرامنی،

۳. گروه حروف نمایش‌نما.

بدین ترتیب، با تقسیم‌بندی حروف‌شناسی به سه موضوع، بحث درباره آن آسانتر می‌شود. سه زیربخش بعدی، به این سه موضوع اختصاص دارد.

۱.۷.۶. گروه حروف متن

گروه حروف متن [body types]، که مخصوص بدنه متن است، بر چهار نوع تقسیم می‌شود:

۱. حروف نازک متن؛

۲. حروف سیاه متن؛

۳ و ۴. حروف ایرانیک و ایتالیک متن.

همه این چهار نوع حروف مخصوص بدنه متن هستند و شامل عنوانها و تیتورها و حروف خارج از بدنه نمی‌شوند.

۱.۱.۷.۶. حروف نازک متن

حروف نازک متن، حروف اصلی متن را تشکیل می‌دهد، و قسمت اعظم متن با آن چیده یا «تحریر» می‌شود. در حروفچینی کتاب، این حروف معمولاً از اندازه ۱۰ پونط تا ۱۴ پونط، و در روزنامه‌نگاری، این حروف معمولاً از اندازه ۸ پونط تا ۱۰ پونط انتخاب می‌شوند.

در مشخصات چهارگانه حروف که در بخش ۶.۶ تشریح شد، قلم حروفِ normal که نه سیاه [bold] است و نه نحیف [thin]، و در ضمن، از نوع ایستاده (دارای شیب صفر) است، «حروف نازک متن» محسوب می‌شود. در انگلیسی، واژه normal هم برای قلم ایستاده، و هم برای وزن [weight] ضخامت عادی به کار می‌رود. در فارسی، واژه حروف نازک متن، به همین دو معنا به کار می‌رود.

بنابر اصول تولید، به آسانی می‌توان نتیجه گرفت که قسمت بدنه متن هر نوع مدرک یا مطلب باید با متداولترین و عادیترین نوع حروف نازک تحریر گردد، مگر آن‌که دلیل معینی برای انتخاب دیگر وجود داشته باشد.

۲.۱.۷.۶. حروف سیاه متن

ظاهر و اندازه حروف سیاه متن برابر با حروف نازک متن، اما فقط ضخیمتر است، و سیاهتر به نظر می‌رسد. به عبارت دیگر، وزن [weight] حروف سیاه، از وزن حروف نازک بیشتر است.

این نوع حروف برای «برجسته‌نمایی» مطلب، برای تحریر مطالب مهم، و گاهی برای تحریر واژگان و کلیدواژه‌های ارجاعی به کار می‌رود. در فصل ۵، کاربرد حروف در برجسته‌نمایی و ساختاربندی متن تشریح شده است.

اندازه حروف سیاه متن، برابر با اندازه حروف متن، یا یک یا دو درجه کوچکتر انتخاب می‌شود. مثلاً اگر متن با حروف ۱۲ پونط چیده شود، حروف سیاه متن را ۱۰ یا ۱۱ پونط انتخاب می‌کنند. علت این انتخاب، تناسب حروف است: معمولاً حروف سیاه، بزرگتر از حروف نازک هم‌اندازه به نظر می‌رسد.

یادداشت ۵.۶. ضرورتی وجود ندارد که حروف نازک متن و حروف سیاه متن هم‌خانواده باشند. مثلاً در کتاب حاضر، حروف نازک متن از خانواده بدر، و حروف سیاه متن از خانواده زر انتخاب شده است. به اعتقاد نگارنده، این دو نوع حروف، برای درسنامه، انتخاب مناسبی محسوب می‌شوند.

۳.۱.۷.۶. حروف ایرانیک و ایتالیک متن

اندازه حروف ایرانیک یا ایتالیک برابر با حروف نازک متن، اما به صورت مایل است. این نوع حروف در متون ساده و غیرریاضی و غیرفرمولی، عمدتاً دو کاربرد مهم

دارد: یکی در اشاره به یک «عنوان» کتاب یا نشریه [یا هر نوع مدرک عنوان‌دار دیگر] در داخل متن، دیگر در تحریر واژگان «فرازبان» [metalanguage]. برای اشاره به عنوان کتاب یا نشریه در داخل متن - به ویژه در متن مستند - فقط عنوان را با حروف ایرانیک تحریر می‌کنند؛ مثلاً در جمله:

فردوسی سراینده شاهنامه است،

شاهنامه، [فقط] که با حروف ایرانیک تحریر شده، نماینده عنوان کتاب است؛ یا در: در دو روزنامه اطلاعات، و کیهان دیروز، و ماهنامه فیلم ماه گذشته، چند آگهی درج کردیم.

تحریر واژگان فرازبان با حروف ایرانیک - و همزمان، تحریر واژگان «زبان موضوعی» با حروف غیرایرانیک - نقش مهمی از کاربرد حروف در ارائه اطلاعات را نشان می‌دهد. با این شیوه، خواننده، دو بخش متفاوت متن - یعنی فرازبان و زبان موضوعی - را با توجه به حروف از هم تفکیک می‌کند و از همین طریق اطلاعاتی اضافه کسب می‌کند.

جدول ۲.۶ چهار نوع «حروف متن» مورداستفاده در کتاب حاضر را نشان می‌دهد.

نوع حروف	مثال
حروف نازک متن ۱۲ پونط	توانا بود هر که دانا بود
حروف سیاه متن ۱۰ پونط	توانا بود هر که دانا بود
حروف ایرانیک متن ۱۲ پونط	توانا بود هر که دانا بود
حروف ایتالیک متن ۱۲ پونط	To be or not to be,...

جدول ۲.۶. چهار نمونه حروف متن

به طور کلی، حروف متن دارای تنوع زیاد نیست، و معمولاً از بیشتر از یک یا حداکثر دو خانواده حروف در متن استفاده نمی‌شود. در درسنامه و کتاب تجاری،

معمولاً فقط از یک خانواده حروف استفاده می‌شود، و در کتاب مرجع، معمولاً از دو خانواده حروف (یکی برای سرمدخل، و دیگری برای شرح مدخل) استفاده می‌شود.

۲.۷.۶. گروه حروف پیرامنتی

دومین گروه حروف، گروه حروف پیرامنتی [hypersetting types] است، مشتمل بر حروف «عنوان و تیتیر داخل متن»، «سرفصل» [header]، «پانوش» [footnote]، «پی‌نوشت» [endnote]، «شرح تصویر» [caption]، و مانند آنها، و به طور کلی، موارد داخل کتاب و غیر از متن و بدنه اصلی. در این نوع حروف نیز هریک از چهار نوع حروف گروه متن (نازک، سیاه، ایرانیک، ایتالیک) می‌تواند بیاید، اما اندازه آنها، ممکن است بسیار متنوع و متفاوت باشد که به عوامل متعددی چون زیبایی و شکل بودن و تناسب حروف و صفحه‌آرایی و خوانایی بیشتر بستگی دارد. حروف پیرامنتی مکمل حروف متن هستند.

حروف مخصوص «عنوان»، «عنوان فرعی»، «تیتیر»، و «تیتیر فرعی»، در داخل کتاب، از هریک از چهار نوع حروف جدول ۲.۶ می‌توانند باشند، اما اندازه‌های آنها درشت‌تر در نظر گرفته می‌شوند. به عبارت دیگر، هر چهار نوع حروف جدول ۲.۶ از نظر اندازه، دارای درجات متفاوت هستند که اندازه‌های درشت‌تر آنها در عنوانها و تیتیرهای اصلی کاربرد دارند. مثلاً در یک «درسنامه»، بزرگترین حروف برای عنوان صفحه عنوان [داخل کتاب]، درجه بعدی [کوچکتر] برای عنوان فصل، درجه بعدی برای عنوان یا تیتیر بخش، و درجه بعدی برای عنوان یا تیتیر زیربخش به کار می‌رود. [و به تعبیری می‌توان گفت که حروف مخصوص بدنه متن نیز آخرین درجه یا کوچکترین درجه، بعد از حروف عنوان و تیتیر است.] اصولاً در هر نوع کتاب یا نشریه، یک چنین سلسله‌مراتبی مراعات می‌شود.

نسبت حروف عنوانها و تیتیرها از نظر اندازه، براساس الگوهای تأیید شده تعیین می‌گردد. این الگوها به ساختارشناسی کتاب، برجسته‌نمایی، و تیتیربندی بستگی دارند.

نمونه دیگر حروف پیرامنتی، حروف سرفصله است که معمولاً آن را کمی درشت‌تر از متن می‌گیرند یا به نحوی متفاوت‌تر از متن انتخاب می‌کنند تا با متن

اشتباه نشود.

حروفی که برای پانوش و پی‌نوش انتخاب می‌گردد، معمولاً کمی ریزتر از متن در نظر گرفته می‌شود.

حروفی که به عنوان «توک» برای ارجاع به پانوش و پی‌نوش در داخل متن به کار می‌روند، جزو این گروه از حروف، به حساب می‌آید، که اندازه آن به حروف متن بستگی دارد.

به طور کلی، تنوع قلم و اندازه حروف پیرامنی می‌تواند ساختاربندی و برجسته‌نمایی متن را به یک حداکثر معین برساند، که یافتن آن، مستلزم آشنایی با حروف‌شناسی و کالبدشناسی مدرک است. هر نوع اشتباه در این انتخابها می‌تواند بر ساختاربندی و برجسته‌نمایی متن لطمه وارد سازد. اگر هنرمند تولید دانش و تجربه کافی برای این انتخاب نداشته باشد، باید از طرحواره‌های حروفچینی [typesetting schema] استفاده کند، که توسط یک هنرمند تولید تعیین شده‌اند. به همین دلیل است که در برخی سازمانهای نشر، پس از اتمام مرحله ویرایش، کتاب را به یک هنرمند تولید با تجربه می‌دهند، تا امور «تعیین حروف» کل آن را انجام دهد. این عمل، مجازاً همان توصیه طرحواره‌های حروفچینی به هنرمندان دیگر تولید محسوب می‌شود.

۳.۷.۶. گروه حروف نمایش‌نما

سومین گروه حروف، عبارت‌اند از: گروه حروف نمایش‌نما [display types]. این حروف مخصوص عنوانها و تیتراهای خارج از متن هستند، و بسیار متنوع می‌توانند باشند. به طور کلی، این حروف، در خارج از کتاب، یعنی روی جلد به کار می‌روند. اما اگر کتاب دارای تصاویر و طرحهای هنری نیز باشد، حروف نمایش‌نما در آنها نیز کاربرد دارند.

برخلاف حروف متن و پیرامنی، که دارای اصول علمی هستند و براساس استانداردهای نسبتاً قطعی و ثابتی تعیین می‌شوند، انتخاب حروف نمایش‌نما به زیبایی‌شناسی و اصول هنری بستگی دارد، و تقریباً تنها موردی است که هنرمند تولید می‌تواند در آن از خلاقیت و تخیل خود بهره‌فراوان بگیرد.

حروف نمایش‌نما علاوه بر جلد کتاب، در طراحی پوستر، عنوانهای سرصفحه

وب، آگهی، و انواع متون هنری کاربرد دارد.

حروف نمایش‌نما ممکن است به طور اختصاصی توسط هنرمند تولید طراحی شوند، و یا متن آن توسط خطاط نوشته شود. همچنین، ممکن است با استفاده از نرم‌افزارهای واژه‌پردازی و گرافیکی، تغییراتی در حروف عادی داده شود تا از آنها بتوان به عنوان حروف نمایش‌نما استفاده کرد. گاهی نیز از حروف فانتزی و حروفی که در متن و پیرامتن هیچ کاربردی ندارند، به عنوان حروف نمایش‌نما استفاده شود. در فارسی، طراحی حروف و خطاطی یا خوشنویسی سابقه تاریخی طولانی دارد.

۴.۷.۶. تنوع اندازه حروف

به طور کلی، در هر متن، اندازه انواع حروف، بستگی به تقسیم‌بندی سلسله‌مراتبی اجزای متن یا کالبدشناسی مدرک دارد. مثلاً اگر تقسیم‌بندی متن از بالا تا پایین به صورت زیر باشد:

فصل - بخش - زیربخش - پاراگراف

متن به چهار نوع حروف نیاز خواهد داشت:

- حروف متن (نازک، سیاه، ایرانیک - ایتالیک) برای متن پاراگراف، و به طور کلی مطالب کتاب؛

- یک درجه درشت‌تر برای تیتیر زیربخش (سوتیتیر)؛

- یک درجه درشت‌تر برای تیتیر بخش؛

- درشت‌ترین حروف برای عنوان فصل.

با مشخص شدن حروف متن، اندازه حروف سیاه متن، و حروف ایرانیک متن نیز مشخص می‌شود: حروف سیاه متن، یک یا دو پونط کمتر از حروف متن، و حروف ایرانیک، هم‌اندازه با حروف متن انتخاب می‌شود. همچنین، حروف پانوشت نیز یک یا دو پونط کمتر از حروف متن انتخاب می‌شود.

به طور کلی، تنوع حروف در انواع کتاب به ساختاربندی سلسله‌مراتبی آن بستگی دارد. اما از آنجا که چشم انسان در تشخیص اندازه نسبی حروف دارای محدودیت است، در مواردی که کتاب دارای ساختاربندی سلسله‌مراتبی با تعداد

سطوح زیاد باشد، معمولاً تنوع اندازه حروف را کمتر از تنوع ساختارها در نظر می‌گیرند، و کتاب را با حداکثر پنج یا شش اندازه حروف حروفچینی می‌کنند. با استفاده از تنوع قلم و اندازه حروف، ساختاربندی متن به طور برجسته‌تری آشکار می‌شود و این، مهمترین خاصیت تنوع حروف است. اما در تنوع حروف باید به دو محدودیت توجه شود:

۱. معیارهای چهارگانه اصل تولید (بخش ۲.۶)؛

۲. محدودیت چشم انسان در تشخیص اندازه حروف.

بنابر این، استفاده بی‌حساب از تنوع حروف نه تنها به برجسته‌نمایی ساختاربندی کمکی نمی‌کند، که بر سهولت خوانایی و تشخیص ساختاربندی نیز آسیب می‌رساند. گذشته از این که برجسته‌نمایی بیش از اندازه می‌تواند تأثیر آن را خنثا سازد (همچنان که در فصل ۵ تشریح شد).

۵.۷.۶. مسئله شیب حروف ایرانیك

در زبان انگلیسی، شیب حروف ایتالیک مثبت است [در دستگاه مختصات دکارتی دارای ضریب زاویه مثبت است]. البته دلیل این امر برای خط فارسی مهم نیست. اما:

در خط فارسی، زاویه شیب حروف باید منفی باشد

دلیل این امر کاملاً دقیق و علمی است. در خط فارسی، برخلاف خط انگلیسی، احتمال تقاطع حروف ایرانیك با شیب منفی و حروف غیرایرانیك تقریباً صفر است، اما احتمال تقاطع حروف ایرانیك با شیب مثبت و حروف غیرایرانیك نسبتاً زیاد است. همچنین قرار دادن حروف ایرانیك با شیب مثبت درون پرانتز [در مورد حروف «آ»، «الف»، «ک»، «گ»، «ل»، «ی»]، تقاطع ایجاد می‌کند. به همین ترتیب، برخی از «حروف بالازده» و «حروف پایین‌زده» اگر با ایرانیك شیب مثبت تحریر شوند با پرانتز سمت چپ تقاطع ایجاد می‌کنند. از سوی دیگر، در مورد تقاطع پرانتز با حروف ایرانیك منفی، احتمال تقاطع تقریباً صفر است، مگر در مورد حروف «ج»، «چ»، «ح»، «خ»، «ع»، و «غ» که ممکن است با پرانتز سمت راست تقاطع داشته باشد با این حال، با یک مطالعه آماری بسیار کلی، براساس تعداد حروف

چاپی و دستنوشتی حدود ۶۴ عدد (منبع: زبان و اطلاعات، ۱۳۶۸)، و احتمال وقوع هر حرف، نتیجه زیر به دست می‌آید:

قاعده زاویه شیب حروف ایرانیک

اگر شیب حروف ایرانیک فارسی اولاً منفی باشد و ثانیاً حداکثر ۳۳ درصد باشد، تقریباً هیچ‌گاه تقاطعی با حروف و نمادهای غیرایرانیک پیدا نمی‌کند. همچنین، مطابق بررسیهای آماری و حروف‌شناختی دیگر، بهترین زاویه شیب حروف ایرانیک فارسی بین ۲۲ تا ۲۷ درصد است.

بنابر این، تحریر زیر درست است:

توانا بود هر که دانا بود

اما تحریر زیر درست نیست:

* توانا بود هر که دانا بود

نکته. تا زمان نگارش کتاب حاضر (۱۳۸۰) نرم‌افزارهای Word و FrontPage و مانند آنها، قابلیت تحریر ایرانیک فارسی را به طور مستقیم (همانند تحریر ایتالیک لاتین) نداشته‌اند.

۶.۷.۶. مسئله فاصله بین حروف و کلمات

تفاوت بین خط فارسی و انگلیسی از نظر فاصله بین حروف و کلمات در این است که در تحریر انگلیسی، فاصله بین حروف یک کلمه را می‌توان متغیر گرفت، اما در فارسی، حروف به هم می‌چسبند و فاصله بین آنها عملاً وجود ندارد. در عوض، در فارسی، بین برخی از حروف می‌توان «خط وصل» اضافه کرد. از سوی دیگر، در هر دو زبان، فاصله بین کلمات را می‌توان متغیر گرفت. برای مثال، در انگلیسی، book را می‌توان به صورت:

book

نیز تحریر کرد، اما در فارسی، کتاب را می‌توان به صورت:

کتاب

تحریر کرد. این مطلب به تفصیل در همین فصل تشریح خواهد شد.

۷.۷.۶. کاربرد حروف در گونه‌های نشر

از نظر تنوع حروف در برجسته‌نمایی ساختاربندی، تقریباً کل کتابها را می‌توان در پنج مقوله زیر رده‌بندی کرد:

۱. کتابهای درسنامه و دستنامه [handbook]،

۲. کتابهای مرجع غیر از دستنامه،

۳. کتابهای غیرمرجع داستان،

۴. کتابهای غیرمرجع شعر،

۵. کتابهای غیرمرجع غیرداستان.

که شرح اندازه‌های حروف مناسب برای آنها در زیر می‌آید. (این اندازه‌ها بیشتر براساس بررسیهای کتابها و شیوه‌نامه داخلی سازمان مک‌گرو هیل، و پرسشنامه‌های مؤسسات حروفچینی مانند Bookmaster، و ویژگیهای حروف‌شناسی فارسی به دست آمده‌اند. در این اندازه‌ها، از برخی توصیه‌های شیوه‌نامه شیکاگو نیز استفاده شده است.)

۱.۷.۷.۶. کتابهای درسنامه و دستنامه

درسنامه و دستنامه دارای ساختار فصل‌بندی هستند، و از عنوان فصل، تیتربخش، سوتیتر زیربخش، سرسطری، و متن پاراگراف تشکیل می‌شود. جدول ۳.۶ حروف مناسب و متداول برای حروفچینی درسنامه و دستنامه را نشان می‌دهد.

نوع	متن	سرسطری	سوتیتر زیربخش	تیتر بخش	عنوان فصل
ریز	۱۰	۸ یا ۹ سیاه	۱۲ یا ۱۳ سیاه	۱۲ یا ۱۳ سیاه	۲۰ سیاه
متوسط	۱۲	۱۰ یا ۱۱ سیاه	۱۲ یا ۱۳ سیاه	۱۲ یا ۱۳ سیاه	۲۴ سیاه
درشت	۱۴	۱۲ یا ۱۳ سیاه	۱۴ یا ۱۵ سیاه	۱۴ یا ۱۵ سیاه	۲۸ سیاه

جدول ۳.۶. حروف مناسب برای درسنامه و دستنامه

که اگر فصل دارای «شماره فصل» نیز باشد، با حروف نازک، اما دو تا چهار پونظ بزرگتر از حروف عنوان فصل تحریر می‌شود.

البته «شماره‌بندی سلسله‌مراتبی» بخشها و زیربخشها و زیر-زیربخشها، و ... نیز می‌تواند به برجسته‌نمایی ساختاربندی درسنامه کمک زیادی کند. مثلاً شماره «۲.۱» برای «فصل اول - بخش دوم»، شماره «۳.۲.۱» برای «فصل اول - بخش دوم - زیربخش سوم»، و الخ. برای مثال، در کتاب حاضر از چنین روشی استفاده شده است.

۲.۷.۷.۶. کتابهای مرجع غیر از دستنامه

کتاب مرجع، معمولاً دارای ساختار مدخل‌بندی الفبایی یا گاهی موضوعی است، که در این صورت، سه نوع اندازه حروف برای آن کافی است. جدول ۴.۶ حروف مناسب و متداول برای حروفچینی کتابهای مرجع را نشان می‌دهد.

نوع	متن مدخل	سرمدخل	عنوان حرف (مثلاً ۲۶ حرف)
خیلی ریز	۸	۶ سیاه	۲۲ سیاه
ریز	۱۰	۸ سیاه	۲۴ سیاه
متوسط	۱۲	۱۰ سیاه	۲۸ سیاه
درشت	۱۴	۱۲ سیاه	۳۶ سیاه

جدول ۴.۶. حروف مناسب برای کتابهای مرجع

برخی از کتابهای مرجع، به ویژه دستنامه، همانند درسنامه از ساختار فصل-بخش-زیربخش... تشکیل می‌شوند، که تنوع اندازه حروف آنها با تنوع اندازه حروف درسنامه یکسان است.

۳.۷.۲.۶. کتابهای داستان

کتابهای غیرمرجع داستان [fiction]، معمولاً یا فاقد فصل‌بندی و یا فقط متشکل از فصل‌بندی بدون بخش‌بندی هستند. اگر داستان فاقد فصل‌بندی باشد، فقط یک نوع اندازه حروف متن برای آن کافی است. اگر فاقد بخش‌بندی، و فقط دارای عنوان فصل باشد، یک اندازه حروف عنوان نیز برای آن لازم است. جدول ۵.۶ حروف مناسب و متداول برای حروفچینی کتابهای داستان را نشان می‌دهد.

نوع	متن	عنوان فصل
ریز	۱۰	۱۸ سیاه
متوسط	۱۲	۲۲ سیاه
درشت	۱۴	۲۸ سیاه

جدول ۵.۶. حروف مناسب برای کتابهای داستان

و اگر داستان دارای بخش‌بندی نیز باشد، به یک اندازه حروف تیترا نیز نیاز خواهد داشت. این مطلب در جدول ۶.۶ نشان داده شده است.

نوع	متن	تیترا بخش	عنوان فصل
ریز	۱۰	۱۲ سیاه	۱۸ سیاه
متوسط	۱۲	۱۴ سیاه	۲۲ سیاه
درشت	۱۴	۱۶ سیاه	۲۸ سیاه

جدول ۶.۶. حروف مناسب برای کتابهای داستان

۴.۷.۷.۶. کتابهای شعر

کتابهای غیرمرجع شعر، معمولاً فاقد فصل‌بندی هستند، اما هر قطعه شعر دارای یک عنوان است. در این صورت، از جدول ۷.۶ می‌توان برای انتخاب اندازه حروف استفاده کرد.

نوع	متن	عنوان قطعه شعر
ریز	۱۰	۱۴ سیاه، ۱۶ نازک، یا ۱۲ نازک در گیومه
متوسط	۱۲	۱۶ سیاه، ۱۸ نازک، یا ۱۴ نازک در گیومه
ریز	۱۴	۱۸ سیاه، ۲۰ نازک، یا ۱۶ نازک در گیومه

جدول ۷.۶. حروف مناسب برای کتابهای شعر

۵.۷.۷.۶. کتابهای غیرمرجع غیرداستان

کتابهای غیرمرجع غیرداستان [nonfiction]، معمولاً همانند درسنامه از فصل‌بندی و بخش‌بندی تشکیل می‌شوند. اما تنوع حروف برخی دیگر، مشابه تنوع حروف کتابهای مرجع، و تنوع حروف برخی دیگر مشابه تنوع حروف کتابهای داستان است. گاهی نیز ساختار کتاب غیرداستان، هیچ شباهتی به درسنامه و مرجع ندارد، و نیازمند یک طراحی مجموعه حروف برای ساختار و اجزای مختلف آن است. تشخیص کالبدشناسی و تنوع حروف این نوع کتاب، با تورق دستنوشته یا فایل آن مشخص می‌شود.

مثال ۸.۶. چند نمونه کتاب غیرمرجع غیرداستان، که ساختار مطالب آن در فارسی نسبتاً استاندارد شده، به شرح زیر است:

- کتابهای آموزش و آزمون کنکور دانشگاهها، شامل متن درسی، نکته‌ها، آزمونهای چهارجوابی، جدول پاسخنامه، و پاسخنامه تشریحی.
- کتابهای خودآموز زبان انگلیسی، شامل متن دستوری، واژگان، مکالمات روزمره زبان، تمرینهای دستوری، و پاسخ تمرینها؛
- کتابهای حل المسائل، شامل صورت و حل مسئله در چند فصل؛

- کتابهای تعبیر خواب، تقریباً مشابه فرهنگ یک‌زبانه؛
- کتابهای مصور‌آشنایی با ماشینها و دستگاههای صنعتی، شامل توضیح درباره هر ماشین و دستگاه، که هر توضیح ممکن است یک بخش از یک فصل، یا یک فصل از کل کتاب باشد؛
- کتابهای خودآموز مهارتها و فنون، تقریباً مشابه درسنامه؛
- کتابهای آشنایی با بهداشت فردی، بیماریها، و مداوا با تغذیه و گیاهان دارویی، معمولاً مشابه درسنامه، و گاهی مشابه مرجع یک‌زبانه.

همچنان‌که از مثال فوق بر می‌آید، کتابهای غیرمرجع غیرداستان، یا مشابه درسنامه دارای فصل‌بندی و بخش‌بندی هستند، و یا مشابه مرجع، به صورت مدخلی و الفبایی یا موضوعی تنظیم می‌شوند. در هر دو صورت، وظیفه هنرمند تولید این است که نخست کالبدشناسی کتاب را به طور دقیق شناسایی کند تا بتواند اجزای سلسله‌مراتبی آن را تشخیص دهد؛ سپس باید برای حروف متن، و حروف پیرامتن اندازه‌ها و قلمهای متناسب را تعیین کند. هر اشتباه در تعیین حروف، می‌تواند برجسته‌نمایی متن را کاهش دهد، و در تشخیص ساختاربندی آن مشکل ایجاد کند.

۸.۷.۶. جایگاه تحریر عنوان و تیتَر

تحریر عنوان و تیتَر دارای دو مشخصه اساسی است، که یکی از آنها قلم و اندازه حروف، و دیگری جایگاه تحریر است. به طور کلی، تحریر عنوان یا تیتَر، به دو صورت امکان‌پذیر است:

۱. تحریر تیتَر وسط - چین؛

۲. تحریر تیتَر سرسطری.

۱۰.۸.۷.۶. تحریر تیتَر وسط - چین

تیتَر را می‌توان در وسط سطر تحریر کرد، که در این صورت آن را **تحریر وسط در وسط** یا **تحریر وسط - چین** [centered setting] می‌نامند. مثلاً در متن شکل ۴-۶، که عنوان آن در وسط سطر تحریر شده است.

سوئدی

سوئدی، یکی از پرگوینده‌ترین زبانهای اسکاندیناویایی است که شاخه‌ای از زبانهای ژرمنی را تشکیل می‌دهد (که آن هم به نوبه خود بخشی از خانواده زبانهای هندواروپایی است). علاوه بر ۸ میلیون سکنه سوئد، حدود ۳۰۰ هزار سخنگوی این زبان، در جنوب غربی و نیز سواحل جنوبی فنلاند زندگی می‌کنند....

شکل ۴-۶ متن با تحریر عنوان در وسط سطر

۲۰۸.۷.۶. تحریر تیتیر سرسطری

تیتیر را می‌توان در ابتدای سطر تحریر کرد، که در این صورت آن را تحریر سرسطری [sidehead setting] می‌نامند. مثلاً در متن شکل ۵-۶، که عنوان آن در سر سطر تحریر شده است.

سوئدی

سوئدی، یکی از پرگوینده‌ترین زبانهای اسکاندیناویایی است که شاخه‌ای از زبانهای ژرمنی را تشکیل می‌دهد (که آن هم به نوبه خود بخشی از خانواده زبانهای هندواروپایی است). علاوه بر ۸ میلیون سکنه سوئد، حدود ۳۰۰ هزار سخنگوی این زبان، در جنوب غربی و نیز سواحل جنوبی فنلاند زندگی می‌کنند....

شکل ۵-۶ متن با تحریر عنوان در سر سطر

اصولاً هر نوع مطلب (عنوان، تیتیر، سوتیتیر) که به صورت وسط در وسط چیده شود، حتی بدون نیاز به اندازه حروف بزرگتر، به برجسته‌نمایی ساختاربندی متن کمک می‌کند. اما برجسته‌نمایی ساختاربندی با این روش، معمولاً در عنوان فصل (در همه انواع کتاب)، و در تیترها و سوتیتیرهای داستان و شعر متداول است. در درسنامه،

مرجع، و غیر مرجع غیرداستان، برجسته‌نمایی ساختاریندی، با استفاده از اندازه بزرگ حروف، و صورت «تحریر سرسطری» انجام می‌شود. مثلاً در کتاب حاضر که نوعی درسنامه است، همه تیتراها و سوتیتراها (برای بخشها و زیربخشها و زیر-زیربخشها) به صورت «سرسطری» تحریر شده‌اند، و فقط «عنوان فصل» به صورت «وسط در وسط» تحریر شده است.

۹.۷.۶. همستون‌سازی

همستون‌سازی [justification]، عبارت است از تحریر متن به طوری که سطرهای متن با نظم معینی زیر هم قرار گیرند. به طور کلی، همستون‌سازی بر چهار نوع است:

۱. همستون‌سازی از چپ؛

۲. همستون‌سازی از راست؛

۳. همستون‌سازی از وسط؛

۴. همستون‌سازی از دو طرف.

که شرح آنها در زیر می‌آید.

۱. همستون‌سازی از چپ. در همستون‌سازی از چپ [left-align یا left-justify]، فقط حروف سمت چپ متن زیر هم قرار می‌گیرند. این شیوه معمولاً در متون لاتین دستنوشته یا ماشین‌تحریری، و نیز در صفحه‌وب، کاربرد دارد. متن شکل ۶-۶ این شیوه را نشان می‌دهد.

Swedish is the most widely spoken of the Scandinavian languages, which constitute a branch of the Germanic languages, in turn a part of the Indo-European family. In addition to the 8 million people of Sweden, about 300,000 speakers live on the southwestern and southern coasts of Finland....

Kenneth Katzner, *The Languages of the World*, Routledge, 1995.

شکل ۶-۶ متن لاتین با همستون‌سازی از چپ

۲. همستون سازی از راست. در همستون سازی از راست [right-justify، یا right-align]، فقط حروف سمت راست متن زیر هم قرار می گیرند. این شیوه معمولاً در متون فارسی دستنوشته یا ماشین تحریری، و نیز در صفحه وب فارسی، کاربرد دارد. شکل ۶-۷ این شیوه را نشان می دهد.

سوئدی، یکی از پرگوینده ترین زبانهای اسکاندیناویایی است که شاخه ای از زبانهای ژرمنی را تشکیل می دهد (که آن هم به نوبه خود بخشی از خانواده زبانهای هندواروپایی است). علاوه بر ۸ میلیون سکنه سوئد، حدود ۳۰۰ هزار سخنگوی این زبان، در جنوب غربی و نیز سواحل جنوبی فنلاند زندگی می کنند....

شکل ۶-۷ متن فارسی با همستون سازی از راست

۳. همستون سازی از وسط. در همستون سازی از وسط [centered-justify، یا centered-align]، تک تک سطرها، بدون توجه به ابتدا و انتهای آنها، در وسط سطر قرار می گیرند. این شیوه معمولاً در جدول فارسی یا لاتین، و در برخی متون بسیار کوتاه کاربرد دارد. شکل ۶-۸ این شیوه را نشان می دهد.

سوئدی، یکی از پرگوینده ترین زبانهای اسکاندیناویایی است که شاخه ای از زبانهای ژرمنی را تشکیل می دهد (که آن هم به نوبه خود بخشی از خانواده زبانهای هندواروپایی است). علاوه بر ۸ میلیون سکنه سوئد، حدود ۳۰۰ هزار سخنگوی این زبان، در جنوب غربی و نیز سواحل جنوبی فنلاند زندگی می کنند....

شکل ۶-۸ متن فارسی با همستون سازی از وسط

۴. همستون‌سازی از دو طرف. در همستون‌سازی از دو طرف [justify]، هم حروف سمت چپ متن و هم حروف سمت راست آن زیر هم قرار می‌گیرند. این شیوه معمولاً در حروفچینی کتاب و برخی متون دیگر نشر، و نیز گاهی در صفحه‌وب، کاربرد دارد. شکل ۹-۶ این شیوه را نشان می‌دهد.

سوئدی، یکی از پرگوینده‌ترین زبانهای اسکاندیناویایی است که شاخه‌ای از زبانهای ژرمنی را تشکیل می‌دهد (که آن هم به نوبه خود بخشی از خانواده زبانهای هندواروپایی است). علاوه بر ۸ میلیون سکنه سوئد، حدود ۳۰۰ هزار سخنگوی این زبان، در جنوب غربی و نیز سواحل جنوبی فنلاند زندگی می‌کنند....

شکل ۹-۶ متن فارسی با همستون‌سازی از دو طرف

به طور کلی، در فارسی چهار روش برای همستون‌سازی از دو طرف وجود دارد:

۱. قرار دادن سفیدی بین کلمات؛
 ۲. قرار دادن خط تیره محوری بین هریک از حروف محوری و حرف بعد از آن (مثلاً «پدر» که به صورت «پدر» یا «پسدر» تحریر می‌شود)؛
 ۳. شکستن کلمه در پایان سطر، و قرار دادن خط تیره وصل در انتهای سطر.
- در حروفچینی کامپیوتری، معمولاً از هر سه روش فوق استفاده می‌شود. به ویژه، کامپیوتر می‌تواند به طور خودکار، روش اول و دوم را به طور توأم اعمال کند. روش سوم، به رسم الخط فارسی مربوط می‌شود و هنوز در فارسی نرم‌افزاری طراحی نشده است که بتواند به طور خودکار و به درستی، شکستن کلمه در پایان سطر را انجام دهد.

هر قدر عرض متن کمتر باشد، همستون‌سازی مشکلتر می‌شود. و بر عکس، هر قدر عرض متن بیشتر باشد، همستون‌سازی آسانتر می‌گردد. مطابق این فرمول کلی، اگر عرض متن زیاد باشد، کامپیوتر کافی است فقط از روش اول، یعنی قرار

دادن فاصله خالی بین کلمات استفاده کند. در این صورت، سطرها کاملاً طبیعی به نظر خواهند رسید. از سوی دیگر، اگر عرض متن کم باشد، استفاده از روش اول کافی نخواهد بود، و کامپیوتر باید روش دوم (درج تیره محوری در داخل کلمات)، و حتی در مواردی روش سوم (شکستن کلمه انتهای سطر) را نیز به کار بندد. در شکل ۱۰-۶، شکل ۱۱-۶، و شکل ۱۲-۶، به ترتیب، روشهای همستون سازی با درج سفیدی، خط تیره محوری، و روش کامل نشان داده شده اند.

سوئدی، یکی از
پرگوینده ترین زبانهای
اسکاندیناویایی است که
شاخه ای از زبانهای ژرمنی
را تشکیل می دهد (که آن
هم به نوبه خود بخشی از
خانواده زبانهای
هندواروپایی است).
علاوه بر ۸ میلیون سکنه
سوئد، حدود ۳۰۰ هزار
سخنگوی این زبان، در
جنوب غربی و نیز سواحل
جنوبی فنلاند زندگی
می کنند....

شکل ۱۰-۶ همستون سازی فقط با درج سفیدی بین کلمات

در همستون‌سازی شکل ۶-۱۰ فوق، فاصله‌های غیرطبیعی بین کلمات، متن را ناخوانا و نامطلوب ساخته است.

سوئدی، یکی از
پرگوینده‌ترین زبانهای
اسکاندیناویایی است که
شاخه‌ای از زبانهای ژرمنی
را تشکیل می‌دهد (که آن
هم به نوبه خود بخشی از
خانواده زبانهای
هندواروپایی است).
علاوه بر ۸ میلیون سکنه
سوئد، حدود ۳۰۰ هزار
سخنگوی این زبان، در
جنوب غربی و نیز سواحل
جنوبی فنلاند زندگی
می‌کنند....

شکل ۶-۱۱ همستون‌سازی فقط با درج تیره محوری

شکل ۶-۱۱ همان متن شکل ۶-۱۰ را به روش همستون‌سازی با درج تیره محوری بین حروف نمایش می‌دهد.

اما بهترین راه برای همستون‌سازی، به ویژه در متونی که عرض سطرهای آنها کمتر از عرض سطرهای متعارف است، استفاده از روش همستون‌سازی کامل است.

شکل ۶-۱۲ این شیوه همستون سازی را نشان می دهد.

سوئدی، یکی از پرگوینده-
ترین زبانهای اسکاندینا-
ویایی است که شاخه ای از
زبانهای ژرمنی را تشکیل
می دهد (که آن هم به نوبه
خود بخشی از خانواده
زبانهای هندواروپایی
است). علاوه بر ۸ میلیون
سکنه سوئد، حدود ۳۰۰-
هزار سخنگوی این زبان، در
جنوب غربی و نیز سواحل
جنوبی فنلاند زندگی می-
کنند....

شکل ۶-۱۲ همستون سازی کامل فارسی با هر سه روش

در حروفچینی لاتین، مثلاً انگلیسی، برای همستون سازی، سه روش زیر به کار می رود:

۱. قرار دادن سفیدی بین کلمات؛
۲. قرار دادن سفیدی بین حروف یک کلمه؛ (مثلاً «book» که به صورت:

book

تحریر می شود)؛

۳. شکستن کلمه در پایان سطر، و قرار دادن خط تیره وصل در انتهای سطر.
در شکل ۶-۱۳، همستون‌سازی لاتین یک متن به روش قرار دادن سفیدی بین کلمات نشان داده شده است.

Swedish is the most
widely spoken of the
Scandinavian
languages, which
constitute a branch of
the Germanic
languages, in turn a
part of the
Indo-European
family. In addition to
the 8 million people
of Sweden, about
300,000 speakers live
on the southwestern
and southern coasts of
Finland....

شکل ۶-۱۳ همستون‌سازی لاتین به روش درج سفیدی بین کلمات
روشن است که همستون‌سازی شکل فوق چندان مطلوب نیست، زیرا فاصله‌های

سفیدی بین کلمات در برخی سطرها بسیار زیاد است و حتی برخی سطرها ناهمستون شده‌اند.

در شکل ۱۴-۶، یک متن لاتین نشان داده شده، که در آن، هر سه روش همستون‌سازی به کار رفته است.

Swedish is the most
widely spoken of the
Scandinavian languages,
which constitute a branch
of the Germanic languages,
in turn a part of the
Indo-European family.
In addition to the 8
million people of
Sweden, about
300,000 speakers live
on the southwestern
and southern coasts of
Finland....

شکل ۱۴-۶ همستون‌سازی کامل لاتین به سه روش

در حروفچینی و نگارش دستخطی (خوشنویسی) فارسی و انگلیسی، به ویژه در تحریر و نگارش هنری عنوان و تیتراژ، از روشی به نام همچسبانش یا کِرِنینگ

[kerning] نیز استفاده می‌شود. کرنینگ عبارت است از نزدیکتر کردن فاصله برخی از حروف که به دلیل مایل بودن، فاصله عادی آنها زیاد به نظر می‌رسد. مثلاً در AV، که می‌توان فاصله بین V و A را حتی کمتر از صفر گرفت تا شیب مثبت سمت راست A با شیب منفی سمت چپ V هماهنگ شود و فضای بین آن دو کمتر شود:

— AV

در فارسی نیز به ویژه حروفی را که بعد از «ر»، «ز»، «ژ»، و «و» می‌آیند، می‌توان با تکنیک کرنینگ کم_فاصله کرد؛ مثلاً در ترکیبات:

را — زم — رخ — ون

یا مثلاً برخی از حروفی را که قبل از «ک» و «گ» می‌آیند (مثلاً در رک و رگ) می‌توان کم_فاصله کرد.

کرنینگ فارسی فقط در حروفچینی هنری، مثلاً طرح روی جلد، کاربرد دارد و در متن موجب آشفتگی و ناپسامانی می‌گردد. اما کرنینگ لاتین، می‌تواند در متن نیز به کار برده شود، زیرا نسبتاً قابل قبول است و موجب آشفتگی نمی‌شود. به هر حال، در استفاده از کرنینگ، مراعات معیارهای چهارگانه تولید ضروری است.

۸.۶. فرمت سرصفحه و پا صفحه

سرفصله [header، یا running head]، متن یونیفورمی است که در بالای همه صفحه‌های کتاب می‌آید، و نوعاً شامل شماره صفحه، و تیترو فصل، بخش، یا زیربخش است. ممکن است زیر سرفصله یک خط نیز ترسیم شده باشد. به عنوان مثال، سرفصله‌های کتاب حاضر، دارای چنان یونیفورمی است.

پاصفحه [footer، یا running foot] نیز متن یونیفورمی است، مشابه سرفصله، که در پایین صفحه می‌آید، و مشخصات اساسی صفحه را دربر دارد. طراحی سرفصله یا پاصفحه باید با اصول چهارگانه تولید سازگاری داشته باشد (مطالب مربوط به سرفصله در مورد پاصفحه نیز صدق می‌کند):

۱. مقدار اطلاعات. مقدار اطلاعات موجود در سرصفحه باید تا حد ممکن بالا باشد. بنابر این، هر قدر حجم و اندازه متن سرصفحه کمتر باشد و اطلاعات موجود در آن برای خواننده مفیدتر و ضروری تر باشد، مقدار اطلاعات متن بیشتر می شود. به عنوان مثال، در یک رمان، معمولاً فقط درج شماره صفحه در سرصفحه یا پاصفحه کافی است. «آوردن عنوان رمان در سرصفحه فقط از مقدار اطلاعات سرصفحه می کاهد»؛

۲. زیبایی شناسی. صورت سرصفحه باید با متن کتاب هماهنگی داشته و زیبا باشد، که تشخیص این امر به درک هنری و تجربه نیاز دارد؛

۳. استانداردهای سازمان. ممکن است سازمان نشر برای سرصفحه ها و پاصفحه های انواع مختلف کتاب، استانداردهای خاصی تدوین کرده باشد. این استانداردها باید بر معیارهای مقدار اطلاعات و زیبایی شناسی ترجیح داده شوند. در همه حال، استانداردهای تعیین شده توسط سازمان نشر مهمتر از مقدار اطلاعات و زیبایی شناسی سرصفحه و پاصفحه است؛

۴. ویژگیهای سبک شناختی. صفحه آرا باید بتواند در طراحی سرصفحه، ویژگیهای خاص اثر را تشخیص دهد و آنها را به عنوان تمایزهای سبک شناختی اثر در نظر بگیرد.

به طور کلی، هر سرصفحه، از نظر فرمت، از سه عنصر تشکیل می شود:

– سمت چپ،

– وسط،

– سمت راست؛

که آنها را عناصر فرمت سرصفحه [header format elements] می نامند. از سوی دیگر، سرصفحه های صفحه های زوج و فرد با یکدیگر تفاوت دارند. شکل ۶-۱۵ عناصر فرمت سرصفحه را در دو صفحه روبروی هم نشان می دهد:

	سمت راست	وسط	سمت چپ	حا	سمت راست	وسط	سمت چپ	حا
حا	صفحه زوج			حا	صفحه فرد			حا

شکل ۱۵-۶ عناصر فرمت سرصفحه در کتابهای فارسی

تفاوت عناصر فرمت سرصفحه زوج و فرد در کتابهای فارسی به شرح زیر است:

– سمت راست صفحه زوج، و سمت چپ صفحه فرد، بیشترین و مناسبترین حالت دید را دارا هستند. زیرا خواننده با تورق کتاب، این عناصر را بیشتر و بهتر می تواند ببیند. همچنان که شکل فوق ۱۵-۶ نشان می دهد، این دو عنصر در طرف لبه های خارجی حاشیه های کتاب قرار دارند؛

– پس از دو عنصر فوق (سمت راست صفحه زوج، و سمت چپ صفحه فرد)، وسط صفحه (خواه زوج خواه فرد)، دارای بیشترین و مناسبترین دید است؛

– و کمترین موقعیت دید، متعلق به سمت چپ صفحه زوج، و سمت راست صفحه فرد است، که در لبه های داخلی کتاب (طرف شیرازه) واقع می شوند.

شکل ۱۶-۶ عناصر فرمت سرصفحه های کتاب لاتین را در دو صفحه روبروی هم نشان می دهد:

	left-side	وسط	right-side	حا	left-side	وسط	right-side	
حا	صفحه زوج			حا	صفحه فرد			حا

شکل ۶-۱۶ عناصر فرمت سرصفحه در کتابهای لاتین

با توجه به مطالب کلی فوق، برای هر نوع کتاب قاعده مخصوصی می‌توان به دست آورد. نمونه‌های زیر، طراحی سرصفحه را براساس اصول فوق‌الذکر تشریح می‌کنند:

– ساده‌ترین صورت سرصفحه، فقط شماره صفحه است که باید در بهترین جایگاه قرار داده شود (یعنی سمت راست صفحه زوج، و سمت چپ صفحه فرد). مثلاً در کتابهای داستان بلند، مانند رمان، معمولاً سرصفحه فقط از شماره صفحه تشکیل می‌شود:

۱۱۲	۱۱۳
-----	-----

– در مجموعه داستانهای کوتاه، عنوان هر داستان، هم در صفحه زوج و هم در صفحه فرد می‌آید. گاهی نام نویسنده را در صفحه زوج، و نام داستان را در صفحه فرد می‌آورند؛

– در کتابهای شعر، احتمالاً فقط عنوان هر قطعه شعر، هم در صفحه زوج و هم در صفحه فرد آورده می‌شوند؛

– اگر زیبایی صفحه ایجاب کند، زیر مطلب سرصفحه می‌توان یک خط ترسیم کرد. البته ممکن است ترسیم خط جزو استانداردهای سازمان نشر باشد (سرفصل‌های کتاب حاضر نیز دارای خط هستند). نیز می‌توان به جای خط زیر مطلب سرصفحه از نقطه چین استفاده کرد:

۱۱۲	۱۱۳
.....	
متن	متن

– در یک کتاب مرجع که مدخل‌های آن دارای ترتیب الفبایی هستند، سرصفحه از سرمدخلها تشکیل می‌گردد؛ بدین ترتیب که سرمدخلهای ابتدای صفحه زوج و انتهای صفحه فرد به عنوان عناصر مهم در لبه‌های خارجی سرصفحه قرار داده می‌شوند:

edition	۱۱۳	۱۱۲	editing
---------	-----	-----	---------

– اما اگر تعداد مدخلهای صفحه‌های کتاب مرجع زیاد و صفحه‌ها دارای دوستون (یا بیشتر) باشند، سرمدخل انتهای صفحه زوج و سرمدخل ابتدای صفحه فرد نیز در لبه‌های داخلی سرصفحه درج می‌شوند؛

– در یک کتاب مرجع که مدخلهای آن دارای ترتیب الفبایی است، شماره صفحه دارای اهمیت نیست. بنابر این، شماره صفحه را می‌توان در وسط سرصفحه یا در لبه‌های داخلی (سمت چپ صفحه زوج، و سمت راست صفحه فرد) قرار داد. البته اگر سمت لبه‌های داخلی سرصفحه برای درج سرمدخل در نظر گرفته شده باشد، شماره صفحه را فقط در وسط سرصفحه می‌توان درج کرد؛

– در یک کتاب مرجع که مدخلهای آن دارای ترتیب موضوعی هستند (مثلاً در دستنامه)، سرصفحه‌ها مشابه درسنامه در نظر گرفته می‌شوند؛

– در یک کتاب که نمایه آن از فهرست مطالب مهمتر و پرکاربردتر است، شماره صفحه دارای اولویت است. بنابر این، شماره صفحه باید در لبه‌های خارجی سرصفحه قرار داده شود:

۱۱۲	۱۱۳
-----	-----

– در کتابی که فهرست مطالب مهمتر از نمایه باشد، موضوعات مرتبط با صفحه (معمولاً عنوان فصل و بخش)، در لبه‌های خارجی سرصفحه می‌آیند، و شماره صفحه در وسط سرصفحه می‌آید:

اصول ویرایش	۱۱۲	۱۱۳	ویرایش متن
-------------	-----	-----	------------

– اگر به تشخیص ویراستار، نمایه درسنامه به اندازه فهرست مطالب حائز اهمیت باشد، شماره صفحه و موضوعات مرتبط، همراه با هم، و به فاصله «/»، در لبه‌های خارجی قرار داده می‌شوند:

۱۱۲/اصول ویرایش	ویرایش متن/۱۱۳
-----------------	----------------

– به طور کلی، در درسنامه‌ها، معمولاً بهترین شیوه این است که در صفحه‌های زوج، عنوان فصل، و در صفحه‌های فرد عنوان بخش آورده شود (عنوان فصل در سمت راست صفحه زوج، و عنوان بخش در سمت چپ صفحه فرد). در کتاب حاضر از این شیوه استفاده شده است؛

– در برخی از کتابها، که دارای ساختاربندی مفصل‌اند و هر بخش دارای زیربخشهای فراوان است، در صفحه‌های زوج، عنوان بخش، و در صفحه‌های فرد، عنوان زیربخش آورده می‌شود. همچنین، در کتابهایی که شماره چندسطحی بخش و زیربخش، مهم هستند، شماره نیز باید درج گردد. مثلاً ۱۱.۴ که نماینده فصل ۴ بخش ۱۱ است. شماره و عنوان بخش یا زیربخش، با یک علامت، مثلاً «/» از هم تفکیک می‌شوند. در شیوه‌نامه شیکاگو، که دارای بخش‌بندی بسیار ساختمانمند و مفصلی است، از فرمت زیر استفاده شده است:

شماره فصل-ترتیب پاراگراف / عنوان بخش	۱۸۰	۱۸۱	شماره فصل-ترتیب پاراگراف / عنوان فصل
--------------------------------------	-----	-----	--------------------------------------

که البته چون کتاب مذکور لاتین است، برعکس فارسی، صفحه فرد در سمت راست واقع می‌شود؛

5.85 / PUNCTUATION	180 181	Semicolon / 5.92
--------------------	---------	------------------

- سرصفحه کتاب غیر مرجع غیرداستان، معمولاً همانند در سنامه و یا مرجع طراحی می شود، که بستگی به محتوا دارد.

- به طور کلی، اهمیت سرصفحه از پاصفحه بیشتر است، زیرا اغلب کتابها دارای سرصفحه هستند. بنابر این، اگر اطلاعات سرصفحه اهمیت چندانی نداشته باشد، و فقط شماره صفحه آن مهم باشد، بهتر است از پاصفحه استفاده شود. در این صورت، شماره ها در لبه های بیرونی صفحه های متن قرار داده می شوند؛

- اما در برخی طرحهای هنری صفحه آرای، اطلاعات مهم نیز در پاصفحه، و یا در حاشیه بیرونی پایین صفحه ها درج می گردد.

گاهی طراحی سرصفحه باید به طور اختصاصی انجام شود. مثلاً هنگامی که ساختار بندی کتاب پیچیده تر از ساختار بندی های متعارف است، و یا زمانی که صفحه آرای هنری متن ایجاب می کند که یک طرح سرصفحه هنرمندانه خلق شود. مثلاً ممکن است یک شکل کوچک، مانند یک شاخه گل یا یک شکل فکاهی در لبه های بیرونی سرصفحه درج گردد.

در طراحی هنری سرصفحه، ممکن است از صورتهای گوناگون موجود در کتابهای انگلیسی یا فارسی ایده گرفته شود، و پس از آزمایش و تحلیل انواع طرحها، یک سرصفحه متناسب با متن انتخاب شود.

معمولاً صفحه وب نیازی به سرصفحه ندارد، زیرا هر صفحه وب یک متن کامل محسوب می گردد، که ممکن است مشخصات آن، و نیز مشخصات صفحه های مرتبط، به صورت فهرست در بالا یا سمت راست یا سمت چپ درج گردد. در عوض، بالاترین نقطه صفحه وب، بهترین مکان برای درج آگهی نما و فهرست مطالب و اطلاعات مهم پایگاه است.

۹.۶. مشخصه پاراگراف

پاراگراف [paragraph] یا بند، مجموعه ای است از چند جمله که دارای نوعی ارتباط

منطقی و معنایی و ساختاری هستند. تبدیل متن به مجموعه‌ای از پاراگراف‌های مشخص، اولین اصل در ساختاردهی متن است و به عبارت دیگر، پاراگراف‌بندی متن، جزو مباحث اساسی ساختارشناسی نگارش محسوب می‌شود.

معمولاً اولین جمله پاراگراف حاوی بیشترین مقدار اطلاعات درباره‌ی کل پاراگراف است، و بقیه جمله‌ها بسط منطقی و معنایی جمله اول محسوب می‌شوند. به همین دلیل، طبیعی است که در حروفچینی، شیوه‌ای به کار برده شود که هر پاراگراف به عنوان یک متن مجزا از پاراگراف‌های دیگر قابل تشخیص باشد.

برای جداسازی پاراگراف‌ها، معمولاً در آغاز هر پاراگراف، مقداری فاصله سفید گذاشته می‌شود، که آن را تورفتگی [indentation] اول پاراگراف می‌نامند. این فاصله معمولاً حدود نیم تا یک سطر اضافی است، که انتخاب مقدار فاصله بستگی به خوانایی و زیبایی پاراگراف دارد، و تعیین آن یک مسئله هنری است. اصولاً درک نسبت‌های متناسب برای پاراگراف کار چندان مشکلی نیست و همگان می‌توانند زیبایی نسبت‌ها را تشخیص دهند.

تورفتگی اول پاراگراف، باید حاوی اطلاعات باشد و به عبارت دیگر، فقط هنگامی در نظر گرفته شود که ضروری و دارای منطق مشخصی باشد. بنابر این، تورفتگی در موارد زیر زائد است:

- ابتدای متن، شامل ابتدای فصل، ابتدای بخش، و ابتدای زیربخش، و به طور کلی، هر پاراگرافی که پس از یک تیترا یا عنوان می‌آید؛
 - پاراگراف پس از نقل قول بلوکی، و به طور کلی، پس از هر متن که دارای عرض متن کمتر باشد؛
 - پاراگراف پس از شکل و جدول و فرمول و عبارت وسط - چین؛
 - پاراگراف ابتدای سطر فهرست و جدول.
- در کتاب حاضر نیز، همه پاراگراف‌های متن، به جز چهار مورد فوق، دارای تورفتگی هستند.

مثال ۹.۶.

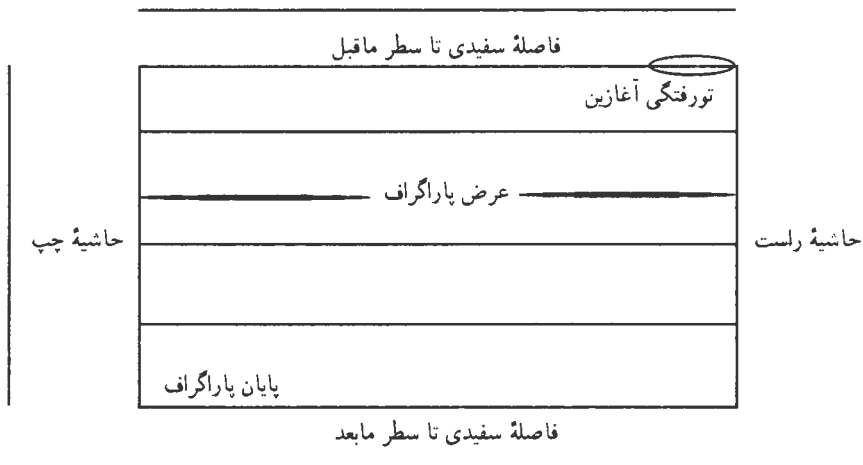
در تست‌های چهارجوابی نسبتاً طولانی، هر گزینه پاسخ، آغاز یک پاراگراف به حساب می‌آید. از سوی دیگر، هر تست چهارجوابی، یک فهرست متشکل

از چهار مدخل است. بنابر این، آغاز هر گزینه نباید دارای تورفتگی باشد.

دو شیوه دیگر پاراگراف‌بندی عبارت‌اند از بیرون‌رفتگی، و فاصله اضافی بین پاراگراف‌ها. بیرون‌رفتگی، عکس تورفتگی است، و در آن، عرض سطر آغاز هر پاراگراف، اندکی بیش از عرض سطرهاى دیگر پاراگراف است. این شیوه گاهی در فهرست‌ها، مثلاً در کتابنامه، و فرهنگ به کار می‌رود. (در کتابنامه کتاب حاضر، از این شیوه استفاده شده است.) در شیوه سوم، مقداری فاصله اضافی در بین پاراگراف و انتهای پاراگراف قبلی است. مثلاً اگر فاصله عادی بین سطرها نیم سانتی‌متر باشد، فاصله بین آغاز پاراگراف و سطر پایانی پاراگراف قبلی را یک سانتی‌متر در نظر می‌گیرند. به طور کلی، هر پاراگراف دارای شش مشخصه است، به شرح زیر:

۱. عرض پاراگراف، و حاشیه‌های چپ و راست آن؛
۲. نوع همستون‌سازی پاراگراف (همستون از چپ، راست، وسط - چین، و یا همستون از دو طرف)؛
۳. فاصله سفیدی سطر آغاز پاراگراف و سطر ماقبل آن؛
۴. فاصله سفیدی آخرین سطر پاراگراف و سطر بعد از آن؛
۵. فاصله سفیدی بین سطرها یا پایه حروف پاراگراف؛
۶. تورفتگی یا بیرون‌رفتگی آغاز پاراگراف، که در ضمن می‌تواند صفر باشد.

شکل ۶-۱۲ مشخصه‌های اساسی پاراگراف فارسی



در شکل ۶-۱۷، مشخصه‌های مهم پاراگراف در خط فارسی نشان داده شده‌اند. بیشتر مشخصه‌های فوق در پارامترهای تنظیم متن و صفحه تعریف می‌شوند، اما به هر حال، امکان تعریف آنها برای هر پاراگراف نیز وجود دارد. برای مثال، در کتاب حاضر، چندین نوع پاراگراف با مشخصه‌های مختلف تعریف شده است. مبحث پاراگراف‌بندی، در فصل ۵، بخش ۱۱.۵، به تفصیل تشریح شده است، و در فصل ۷ نیز مجدداً مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۱۰.۶. درج شکل و جدول

به طور کلی، هر نوع نمودار، نقشه، ترسیم دستی، و عکس طبیعی، از نظر صفحه‌آرایی، شکل [figure] محسوب می‌شود. شکل را نمایش نما [display] نیز می‌نامند.

گاهی یک متن، که مطالب آن ربطی به متن اصلی ندارد، و داخل کادر نمایش داده می‌شود، شکل به حساب آورده می‌شود. در فصل حاضر، چند نمونه از این نوع شکلهای وجود دارد.

نوع دیگر مطلب غیر از متن، جدول [table] است. جدول، متنی است که داخل یک کادر متشکل از سطرها و ستونها قرار می‌گیرد. برای مثال، در بخشهای پیشین همین فصل چند نمونه جدول وجود دارد.

به عبارت دیگر، محتوای کل یک مدرک یا مطلب، گذشته از فرمت آن، به سه مقوله کلی تقسیم می‌شود:

۱. متن، که شامل اطلاعات نوشتاری است؛
۲. شکل، که شامل اطلاعات تصویری است، هرچند، ممکن است در آن متن نیز به کار رفته باشد؛
۳. جدول، که شامل اطلاعات نوشتاری است، اما در قالب سطرها و ستونها نمایش داده می‌شود.

هدف اصلی از تقسیم یک مدرک یا مطلب به متن، شکل، و جدول، این است که بتوان به طور مشخص به آنها ارجاع داد:

- ارجاع به مطالب قسمت نوشتاری یا متن، از طریق عنوانها و تیتورها

صورت می‌پذیرد؛

– ارجاع به شکل و جدول، از طریق اشاره به شماره آن صورت می‌پذیرد.

نحوه ارجاع به اجزای مختلف متن، در فصلهای پیشین کتاب تشریح شده است. در اینجا، نحوه درج شکل و جدول در صفحه بررسی می‌گردد.

۱.۱۰.۶. فرمت شکل در صفحه

مطابق یکی از شیوه‌های متداول در کتابها و صفحه‌های وب، که امروزه استاندارد غیررسمی محسوب می‌شود، و در کتاب حاضر نیز به کار رفته است، شیوه مشخص ساختن شکل دارای قاعده زیر است:

قاعده مشخص ساختن شکل

شکل با شماره فصل و شماره ترتیب آن در فصل مشخص می‌شود و يك خط

تیره در بین دو شماره قرار داده می‌شود.

مثلاً در:

* شکل ۱-۶

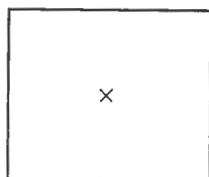
که نماینده اولین شکل متعلق به فصل ۶ است؛ و:

* شکل ۵-۱۲

که نماینده پنجمین شکل متعلق به فصل ۱۲ است.

شکل، ممکن است دارای یک توضیح نیز باشد، که بلافاصله پس از شماره آن

می‌آید. مثلاً در:



* شکل ۳-۲۴ دستگاه فشارسنج مایعات و اجزای آن

که فرضاً نماینده بیست و چهارمین شکل متعلق به فصل ۳ است، و یک توضیح مختصر نیز همراه آن است.

در صفحه آرایی، و نیز در کالبدشناسی کتاب و متن، کل مطلب حاوی شماره شکل و توضیح مختصر آن را شرح شکل [caption] می نامند. معمولاً شرح شکل، متشکل از چند کلمه است که به صورت وسط - چین تحریر می گردد؛ اما در مواردی نیز شرح شکل طولانی است و به چندین سطر نیاز دارد، که در این صورت باید همستون سازی شود. همچنین اگر شرح شکل طولانی باشد، بهتر است عرض متن آن کمتر از عرض متن اصلی صفحه در نظر گرفته شود، تا به سادگی از بقیه متن و مطالب اصلی صفحه قابل تفکیک باشد.

مطابق استانداردهای غیررسمی، در یک شرح شکل، شماره شکل را با حروف سیاه متن، و بقیه آن را با حروف نازک متن تحریر می کنند. در کتاب حاضر نیز از این استاندارد استفاده شده است. به نظر می رسد این شیوه، از شیوه های دیگر منطقی تر است و با اصول چهارگانه تولید همخوانی بیشتری دارد.

در صفحه وب نیز همین شیوه به کار می رود، اما اگر مجموعه صفحه های وب دارای فصل بندی نباشند، شکل فقط با شماره ترتیب آن در صفحه مشخص می گردد. گاهی نیز شکل در صفحه وب بدون شماره ترتیب مشخص می گردد، زیرا در وب امکانات گسترده ای برای ارجاع به نقاط مختلف صفحه، از جمله ارجاع به شکل وجود دارد. در هر حال، شکل در صفحه وب، نیاز به شرح شکل دارد، که برای آن، مثلاً در HTML (فصل ۷)، قواعد مفصلی تدوین شده است.

۲.۱۰.۶. فرمت جدول در صفحه

مطابق یکی از شیوه‌های متداول در کتابها و صفحه‌های وب، که امروزه استاندارد غیررسمی محسوب می‌شود، و در کتاب حاضر نیز به کار رفته است، شیوه مشخص ساختن جدول دارای قاعده زیر است:

قاعده مشخص ساختن جدول

جدول با شماره فصل و ترتیب آن در فصل، مشخص می‌شود و یک نقطه در بین دو شماره، و یک نقطه در پایان آنها قرار داده می‌شود.

مثلاً در:

* جدول ۱.۱۴.

که نماینده اولین جدول متعلق به فصل ۱۴ است؛ و:

* جدول ۵.۱۲.

که نماینده پنجمین جدول متعلق به فصل ۱۲ است.

جدول نیز مانند شکل ممکن است دارای یک توضیح باشد، که بلافاصله پس از شماره آن می‌آید. مثلاً در:

* جدول ۲۴.۳. یکاهای اندازه‌گیری فشار مایعات

که فرضاً نماینده بیست و چهارمین جدول متعلق به فصل ۳ است، و یک توضیح مختصر نیز همراه آن است.

در صفحه آرایشی، و نیز در کالبدشناسی کتاب و متن، کل مطلب حاوی شماره

جدول و توضیح مختصر آن را شرح جدول [table caption] می‌نامند. معمولاً شرح جدول، همانند شرح شکل (در زیربخش پیشین) متشکل از چند کلمه است که به صورت وسط - چین تحریر می‌گردد؛ اما در مواردی نیز شرح جدول طولانی است و به چندین سطر و همستون‌سازی نیاز دارد. اگر شرح جدول طولانی باشد، بهتر است عرض متن آن کمتر از عرض متن اصلی صفحه در نظر گرفته شود، تا به سادگی از بقیه متن و مطالب اصلی صفحه قابل تفکیک باشد.

مطابق استانداردهای غیررسمی، در یک شرح جدول، کل شماره جدول و توضیح چندکلمه‌ای ادامه آن را با حروف سیاه متن تحریر می‌کنند. در کتاب حاضر نیز از این استاندارد استفاده شده است. به نظر می‌رسد این شیوه، از شیوه‌های دیگر منطقی‌تر است و با اصول چهارگانه تولید همخوانی بیشتری دارد. بنابر این، فرمت نمایش شرح جدول و تحریر آن، اندکی با فرمت شرح شکل تفاوت دارد.

در صفحه وب نیز همین شیوه به کار می‌رود، اما اگر مجموعه صفحه‌های وب دارای فصل‌بندی نباشند، جدول فقط با شماره ترتیب آن در صفحه مشخص می‌گردد. گاهی نیز جدول در صفحه وب بدون شماره ترتیب مشخص می‌گردد، زیرا در وب امکانات گسترده‌ای برای ارجاع به نقاط مختلف صفحه، از جمله ارجاع به جدول وجود دارد. در هر حال، جدول در صفحه وب، نیاز به شرح جدول دارد، که برای آن، مثلاً در HTML (فصل ۷)، قواعد مفصلی تدوین شده است.

یک تفاوت قابل توجه دیگر شرح جدول با شرح شکل، در درسمانه و دستنامه، این است که شرح جدول را معمولاً در بالای جدول قرار می‌دهند، اما شرح شکل را معمولاً در زیر شکل، و یا گاهی در کنار آن درج می‌کنند. در کتاب حاضر نیز بیشتر شرح جدولها در بالای جدول، و بیشتر شرح شکلها در پایین شکل قرار داده شده‌اند.

۳.۱۰.۶. مرزهای شکل و جدول

به طور طبیعی، شکل و جدول باید از قسمتهای نوشتاری متن قابل تفکیک باشند. البته صورت و فرمت شکل و جدول به خودی خود آنها را از مطالب نوشتاری صفحه مجزا می‌سازد. اما با این حال، شکل و جدول باید دارای فاصله‌ها و احتمالاً کادرهای تعریف‌شده‌ای باشند. بدین منظور از دو پارامتر استفاده می‌شود:

۱. خطوط مرزی،۲. لایه اضافی.

۱.۳.۱۰.۶. خطوط مرزی

خطوط مرزی [border lines]، خطوطی هستند که کادر شکل و جدول محسوب می‌شوند، و مرزهای شکل و جدول را تعیین می‌کنند. گاهی شکل یا جدول دارای خطوط مرزی مشخص و مرئی نیست، اما در این حالت نیز خطوط مرزی وجود دارند، اما نامرئی هستند.

۲.۳.۱۰.۶. لایه اضافی

لایه اضافی [padding]، عبارت است از فضای اضافی بین شکل یا جدول، و کادر یا مرزهای آن. لایه اضافی را می‌توان مشابه یک قاب عکس فرض کرد، که داخل آن، شکل، و لبه‌های آن خطوط مرزی محسوب می‌شوند. در این صورت، خود قاب عکس، لایه اضافی به حساب می‌آید. شکل زیر مفهوم لایه اضافی و خطوط مرزی یا کادر شکل را نشان می‌دهد.

شکل ۱۸-۶ خطوط مرزی و لایه شکل و جدول



لایبی اضافی شکل یا جدول این امکان را در دسترس صفحه‌آرا قرار می‌دهد که بتواند شکل یا جدول را با چند سانتی‌متر کم یا زیاد در میان سطرهاى متن درج کند. بدین ترتیب، تناسب شکل یا جدول و سطرهاى متن حفظ می‌شود و در ضمن، جلو و عقب بردن شکل یا جدول در میان سطرهاى متن ممکن می‌گردد. برای مثال، در شکلهای و جدولهای کتاب حاضر از این تکنیک استفاده شده است، تا شکلهای و جدولها در بهترین جای ممکن در صفحه‌ها قرار گیرند.

در شیوه‌نامه‌های صفحه‌وب، امکانات گسترده‌ای برای تعیین لایبی اضافی، و نیز خطوط مرزی تعریف شده است. مثلاً در وب می‌توان لایبی اضافی را با رنگ یا یک طرح رنگی پر کرد، و شکل یا جدول را واقعاً به قاب عکس شبیه ساخت.

۱۱.۶. فاصله‌بندی اجزا

همچنان‌که استفاده از حروف متنوع می‌تواند برجسته‌نمایی ساختاربندی متن را آشکار سازد، استفاده از فاصله‌بندی اجزای متن نیز همین خاصیت را دارد. به عنوان مثال، در کتاب حاضر، فضای سفید آغاز هر فصل، و نیز فاصله‌بندی انتهای یک بخش و بخش بعدی عناصر و اجزای فصل را نمایانتر می‌سازد. بنابر این، می‌توان نتیجه گرفت که فاصله‌های سفیدی بین اجزای متن نیز حاوی اطلاعات هستند.

فاصله‌بندی اجزای متن، باید براساس چهار اصل تولید انجام شود (مقدار اطلاعات، زیبایی‌شناسی، استانداردها، و تمایزات سبکی)، که تشخیص دقیق آن جزو وظایف ویراستار یا هنرمند تولید است.

فاصله‌هایی که در زیر به عنوان یک نمونه از استانداردها آورده شده‌اند، از شیوه‌نامه‌های چند سازمان نشر معتبر در کشورهای صنعتی، مانند انتشارات مک‌گرو هیل، و برخی توصیه‌های شیوه‌نامه‌شیکاگو استخراج، و با حروف‌شناسی و تولید متون فارسی تطبیق داده شده‌اند. (در ضمن، برخی مطالب کلی این فاصله‌ها به کالبدشناسی کتاب مربوط می‌شوند، که در فصل دوم نیز تشریح شده‌اند.)

۱. صفحه آغاز فصل. آغاز هر فصل، باید با شماره صفحه فرد باشد. بدین منظور، در صورت نیاز، صفحه ماقبل سفید گذاشته می‌شود. برای نمونه، اولین صفحه هر فصل از کتاب حاضر چنین است.

۲. صفحه آغاز هر جزء از قسمتهای پیش‌متن و پس‌متن. معمولاً صفحه آغاز هر جزء از قسمتهای پیش‌متن و پس‌متن با صفحه فرد است، و در صورت نیاز، صفحه ماقبل سفید گذاشته می‌شود. برای نمونه، اولین صفحه فهرست مطالب، اولین صفحه هر پیوست، اولین صفحه کتابنامه، و اولین صفحه نمایه چنین است. جزئیات این تقسیم‌بندی در فصل دوم تشریح شده است.

۳. سفیدی بالای صفحه آغازین فصل و اجزای پیش‌متن و پس‌متن. در صفحه آغازین هر فصل، بین ۶ تا ۱۰ سطر فاصله سفید گذاشته می‌شود. برای نمونه، اولین صفحه همین فصل از کتاب حاضر چنین است. همین فاصله سفید در مورد اجزای پیش‌متن و پس‌متن، مانند مقدمه، فهرست مطالب، پیوست، کتابنامه، و نمایه نیز مراعات می‌شود.

۴. فاصله سفیدی تیترو. فاصله هر تیترو با سطر ماقبل، ۹/۰ سطر سفیدی اضافی، و فاصله آن با سطر بعدی، ۱۱/۰ سطر سفیدی اضافی است. بنابر این، برای تیترو، جمعاً یک سطر فاصله سفیدی اضافی در نظر گرفته می‌شود. برای مثال، تیتروهای فصل حاضر چنین است. در نرم‌افزارهای Word و زبانهای مانند HTML، این مشخصه باید براساس مشخصه‌های مرزی «پاراگراف مستعار» تعریف شود، در غیر این صورت، فاصله‌بندی تیترو بسیار مشکل و پیچیده می‌شود. به عبارت دیگر، در این گونه نرم‌افزارها، بهتر است تیترو به عنوان یک پاراگراف در نظر گرفته شود، تا بتوان به آسانی، فاصله اضافی بالا و پایین آن را (همانند شکل ۶-۱۸) تعریف کرد.

۵. فاصله سفیدی سوتیترو. فاصله سوتیترو با سطر ماقبل، ۴/۰ سطر سفیدی اضافی، و فاصله آن با سطر بعدی، ۱۱/۰ سطر سفیدی اضافی است. بنابر این، برای تیترو، جمعاً نیم سطر فاصله سفیدی اضافی در نظر گرفته می‌شود. برای مثال، سوتیتروهای فصل حاضر چنین است.

۶. فاصله سوتیترو فرعی. فاصله سوتیترو فرعی با سطر ماقبل و مابعد، بدون سفیدی اضافی است.

۷. فاصله‌بندی شکل و جدول. فاصله‌بندی شکل و جدول دارای سه مشخصه است: اولاً فاصله لبه بالایی شکل و جدول با سطر ماقبل، دارای نیم سطر سفیدی اضافی است؛ ثانیاً فاصله لبه پایینی شکل یا جدول با سطر توضیح شکل یا جدول

(شرح شکل و شرح جدول) دارای نیم سطر سفیدی اضافی است؛ و ثالثاً فاصله پایان توضیح شکل یا جدول با سطر مابعد، معمولاً دارای یک سطر سفیدی اضافی است، اما اگر ضروری باشد، این فاصله را می‌توان افزایش داد.

۸. فاصله‌بندی سرصفحه و پاصفحه. فاصله اضافی بین سطر حاوی سرصفحه و سطر آغازین متن، فقط در حدی است که سرصفحه با متن اشتباه گرفته نشود. معمولاً این فاصله اضافی را می‌توان حدود یک‌سوم یا یک‌چهارم سطر در نظر گرفت. اما باید توجه داشت که تعیین این فاصله، یک کار هنری است و طراحان صفحه در صورت نیاز می‌توانند از یک الگوی معتبر (مثلاً یک کتاب با صفحه‌آرایی معتبر، و یا طرح یک صفحه‌آرای مشهور) ایده بگیرند. این مطلب در مورد پاصفحه نیز صدق می‌کند.

هرگاه که سیاست نشر، و یا استانداردهای سازمان نشر ایجاب کند، توصیه‌های فاصله‌بندی فوق را می‌توان تغییر داد. معمولاً بهتر است هر سازمان نشر، برای هریک از گونه‌ها و صورت‌های نشر خود یک دستورالعمل فاصله‌بندی ثابت و دقیق تعیین کند.

۱۲.۶. طرحواره تولید

طرحواره [scheme]، مفهومی است در نظریه سیستم، به معنای آرایشی تأییدشده یا تأییدشدنی از یک مجموعه عناصر. این مفهوم در تولید کتاب، و به طور کلی در هر مبحثی که به زیبایی‌شناسی مربوط می‌شود، کاربرد دارد. مفوم دیگری که معمولاً در کنار طرحواره مطرح می‌شود، شکلواره است. هر دوی این مفاهیم به بیان بسیار ساده و کاربردی در مثال زیر تشریح شده‌اند.

مثال ۱۰.۶.

در هر تیم فوتبال، که شامل ۱۱ بازیکن است، به جز دروازه‌بان، ۱۰ بازیکن دیگر به ترتیب در سه پست دفاع، میانه، و حمله (فوروارد) آرایش داده می‌شوند. مثلاً ۴ بازیکن در خط دفاع، ۳ بازیکن در خط میانه، و ۳ بازیکن در خط حمله قرار داده می‌شوند. این آرایش را اصطلاحاً آرایش ۴-۳-۳ می‌نامند. آرایشهای ۴-۴-۲، ۳-۴-۳، ۲-۵-۲، و ۴-۴-۲، نمونه‌هایی از

طرحواره‌ها هستند که یا به تجربه ثابت شده‌اند و یا مریبان سرشناس فوتبال آنها را تأیید می‌کنند. اما آرایشهای دیگری چون ۱-۸-۱، ۲-۸-۰۰، ۱-۱-۸، ۱-۲-۷، و غیره طرحواره به حساب نمی‌آیند؛ زیرا هیچ مربی فوتبالی آنها را تأیید نمی‌کند، هرچند این آرایشها، از نظر مقررات فوتبال قانونی و قابل قبول هستند. هریک از آرایشهای قانونی و قابل قبول را یک **شکلواره** [pattern] می‌نامند؛ مثلاً آرایش ۱-۱-۸ یک شکلواره است. با یک حساب ساده ریاضیات می‌توان نتیجه گرفت که تعداد شکلواره‌های ممکن در آرایش تیم فوتبال، دقیقاً ۱۰۰۰ آرایش یا ۱۰۰۰ شکلواره است (۱۰×۱۰×۱۰). اما شاید از این ۱۰۰۰ شکلواره، جمعاً فقط ۶ یا ۷ یا مثلاً ۲۰ شکلواره وجود داشته باشد، که همه مریبان فوتبال آنها را معتبر و خوب و قابل تأیید به حساب می‌آورند. این شکلواره‌های «معتبر و خوب و قابل تأیید» را **طرحواره** می‌نامند. مثلاً آرایشهای ۲-۴-۴ و ۱-۱-۸، هر دو **شکلواره** هستند، اما فقط اولی (۲-۴-۴) **طرحواره** به حساب می‌آید.

در تولید کتاب نیز آرایشهای معتبر و تأییدشده را **طرحواره تولید** [production scheme] می‌نامند. مهمترین طرحواره‌های تولید عبارت‌اند از:

- طرحواره تولید در فونت حروف، که آن را **طرحواره فونت** [font scheme] می‌نامند؛
- طرحواره تولید در برجسته‌نمایی، که آن را **طرحواره برجسته‌نمایی** [highlighting scheme] می‌نامند؛
- طرحواره تولید در تیتربندی، که آن را **طرحواره تیتربندی** [headings scheme] می‌نامند؛
- طرحواره تولید در رنگ‌شناسی، که آن را **طرحواره رنگ** [color scheme] می‌نامند.

برای مثال، مطالبی که در بخشها و فصلهای مختلف کتاب حاضر، و یا هر شیوه‌نامه ویرایش دیگر، ارائه شده‌اند، همگی **طرحواره تولید** محسوب می‌شوند، زیرا همگی آنها جزو استانداردهای امروز ویرایش و نشر هستند، و به تعبیر مثال پیشین، «معتبر

و خوب و قابل تأیید» محسوب می گردند.

مثال ۱۱.۶.

یک طرحواره فونت مناسب برای کتابهای داستان فارسی مخصوص کودکان کلاسهای سوم تا پنجم دبستان عبارت است از:

- حروف نازک ۱۶ پونط ایستاده میترا برای متن؛
- حروف سیاه ۲۴ پونط ایستاده میترا برای عنوان هر داستان.

طرحواره فوق پیشنهاد نگارنده کتاب حاضر است. اما یک حرف شناس دیگر ممکن است طرحواره زیر را پیشنهاد کرده باشد:

- حروف نازک ۱۸ پونط ایستاده لوتوس برای متن؛
- حروف سیاه ۳۶ پونط ایستاده بدر برای عنوان هر داستان.

مثال ۱۲.۶.

یک طرحواره فونت مناسب برای کتابهای داستان فارسی مخصوص کودکان کلاس اول دبستان عبارت است از:

- حروف نازک ۲۴ پونط ایستاده کودک برای متن؛
- حروف سیاه ۳۶ پونط ایستاده فانتزی برای عنوان هر داستان.

مثال ۱۳.۶.

طرحواره فونت روزنامه لوموند احتمالاً عبارت است از:

- حروف نازک ۸ و ۱۰ پونط ایستاده تایمز-رومن برای متن؛
- حروف سیاه ۸ و ۹ و ۱۰ پونط ایستاده تایمز-رومن، برای «لید»، سطر تاریخ، و شرح عکس؛

- حروف سیاه ۱۲ و ۱۶ و ۲۲ و ۲۸ و ۳۶ و ۴۸ و ۷۲ و ۹۶
پونط هلو تیکا، به ترتیب، برای تیرهای بسیار کوچک تا بسیار
بزرگ؛

- حروف نازک ۲۰ و ۲۲ و ۲۸ پونط مخصوص (طراحی شده
توسط خود روزنامه) برای عنوانهای قسمتها و صفحه‌ها؛
- حروف نازک ۱۰ و ۱۲ و ۱۴ و ۱۶ پونط هلو تیکا، برای متن
آگهیهای نیازمندیها.

(حروف فوق از بررسی تخمینی یک روزنامه قدیمی لوموند تعیین شده‌اند،
که البته شاید در یکی-دو مورد، یا بیشتر، تخمین دقیق نبوده باشد).

در برخی از نرم‌افزارهای واژه‌پردازی و نگاره‌سازی، مانند *Word*، *FrontPage*،
Publisher، و *Photoshop*، انواع طرحواره‌های فونت و برجسته‌نمایی و رنگ به
کاربر نشان داده و به وی توصیه می‌شود: کاربر می‌تواند از بین هریک از آنها، یک
طرحواره را انتخاب کند. همچنین، بیشتر نرم‌افزارها می‌توانند یک الگوی کامل از
مدرک، با عنوان «template»، همراه با همه طرحواره‌های تولید آن، در دسترس
کاربر قرار دهند تا کاربر فقط اطلاعات را در آن تحریر یا درج کند، و بقیه امور
تولید، تقریباً به طور خودکار انجام شوند. به عبارت دیگر، نرم‌افزار برای هر کاربرد
معین، دهها یا صدها طرحواره تولید معتبر را در دسترس کاربر قرار می‌دهد، و کاربر
کافی است فقط یکی از آنها را برگزیند.

اما این روش، برخلاف تصور اغلب کاربران عادی، فقط برای کاربران حرفه‌ای
قابل استفاده است. کاربران عادی، باید نخست با اصول و روشهای تولید آشنا شوند
تا بتوانند از طرحواره‌ها به درستی استفاده کنند. زیرا مطابق اصول تولید، کاربر یا
هنرمند تولید باید بتواند برای هر انتخاب خود استدلال ارائه دهد.

یکی از کاربردهای مهم طرحواره‌های تولید در حروفچینی کتاب است. برای
حروفچینی هر نوع متن، نیاز به یک یا چند فونت است، که انتخاب آنها از میان تعداد
زیادی فونت کار آسانی نیست. اگر انتخاب بدون استدلال باشد، اصلاً نیازی به
انتخاب نیست: کافی است به طور تصادفی یک یا چند فونت انتخاب شود. در این

صورت، خواه انتخاب بدون استدلال و خواه انتخاب تصادفی باشد، تقریباً به احتمال صدر در صد، انتخاب فونت یا فونت‌ها اشتباه خواهد بود، و اصول چهارگانه تولید نقض خواهند شد. مثلاً کسی که برای حروفچینی یک درسنامه، از بین دو نوع فونت تایمز-رومن و هلوتیکا، دومی را انتخاب کند، مرتکب اشتباه شده است (که دلیل آن بیشتر ذکر شده است).

اگر کاربر، یک متخصص حروف‌شناسی، و یا یک ویراستار باتجربه «باشد»، به آسانی می‌تواند از بین طرحواره‌های فونت پیشنهادشده توسط نرم‌افزارها، یک مجموعه مناسب را برای متن موردنظر خود برگزیند. اما اگر کاربر، متخصص و باتجربه «نباشد»، کافی است به یک مرجع طرحواره فونت [font schema] مراجعه نماید. مرجع می‌تواند شخص، نرم‌افزار، متون حروفچینی‌شده معتبر، و برخی کتابهای آموزش حروفچینی، مانند کتاب حاضر باشد.

از سوی دیگر، حتی یک متخصص حروف‌شناسی نیز نمی‌تواند به آسانی، یک طرحواره فونت برای یک کاربرد معین تعریف کند. زیرا وی باید مسائل گوناگونی را در انتخاب طرحواره در نظر بگیرد: اقتصاد نشر، روان‌شناسی قرائت، اصول شیوه‌نامه‌ها در حروف‌شناسی، محدودیتهای فیزیکی حروف، و غیره. برای مثال، اگر یک روزنامه بزرگ جهانی در صدد تغییر دادن طرحواره فونت خود برآید، ممکن است ماهها با کارشناسان رشته‌های گوناگون مرتبط با نشر و ویرایش و حروف‌شناسی و زبان‌شناسی و غیره مشورت کند، و نتایج گوناگون را در جلسات کارشناسی سازمان روزنامه مطرح و مقایسه کند، تا سرانجام به یک نتیجه مطلوب دست یابد. حتی ممکن است طراحی یک طرحواره فونت را به مناقصه بگذارند و آگهیهای آن را در نشریات تخصصی صنعت چاپ در چند کشور مختلف منتشر کنند، و سرانجام طراحی طرحواره را به عهده یک شرکت حروف‌شناسی معتبر قرار دهند.

اصولاً ایده گرفتن از کتابهای ناشران معتبر و سرشناس، نوعی مراجعه به طرحواره فونت به حساب می‌آید.

مثال ۱۴.۶. سه نمونه طرحواره فونت به شرح زیر است:

— حروف ۱۲ نازک بدر، همراه با ۱۰ سیاه زر، یک طرحواره مناسب برای

کتابهای متعارف، به ویژه درسنامه‌ها است. برای مثال، در کتاب حاضر از این نوع حروف استفاده شده است.

– حروف ۱۰ نازک تایمز-رومن، و ۸ سیاه هلویتیکا، در فرهنگ علمی-فنی مک گرو هیل به کار رفته است؛ تایمز-رومن برای متن مدخل، و هلویتیکا برای سرمدخل. این مجموعه، یکی از معتبرترین طرحواره‌های فونت حروفچینی مناسب برای فرهنگهای علمی انگلیسی-انگلیسی است، به طوری که بسیاری از فرهنگهای انگلیسی از آن تبعیت کرده‌اند.

– فرهنگ انگلیسی وبستر، همه فونت‌های حروف طرحواره فونت خود را به طور اختصاصی طراحی کرده است:

۱. حروف مخصوص سیاه ۸ پونط، برای سرمدخل، و نیز برای شماره و حرف الفبای ترتیب شرح‌مدخلها در داخل مدخل؛
۲. حروف مخصوص نازک ۸ پونط، برای متن اصلی مدخل؛
۳. حروف مخصوص نازک ایتالیک ۸ پونط، برای ریشه‌شناسی، قسمت دستوری، و عبارتهای فرازبان؛
۴. حروف مخصوص نازک فونتیک (شبیه به فونتیک IPA) ۸ پونط، برای تلفظ؛
۵. حروف مخصوص نازک کاپیتال کوچک [small capital] ۸ پونط، برای ارجاع غیرمستقیم به مدخل یا مترادف؛
۶. حروف مخصوص سیاه ۷ پونط، برای شماره ترتیب سرمدخل.

در فصل ۵ کتاب حاضر، جزئیات برجسته‌نمایی و تیتربندی متن تشریح شده است، که خلاصه هریک را می‌توان فرمول‌بندی کرد. (یعنی رهنمودها را برحسب جمله‌ها یا عبارتهای کوتاه بیان کرد.) در این صورت، هر فرمول از برجسته‌نمایی، یک طرحواره برجسته‌نمایی؛ و هر فرمول از تیتربندی، یک طرحواره تیتربندی خواهد بود.

۱۳.۶. تعداد صفحه‌های کتاب

بنابر «استراتژی عنوان»، که جزو موضوعات مدیریت نشر است، در صفحه‌آرایی، تعداد صفحه‌ها را تا حدود زیادی می‌توان کم یا زیاد کرد. طبق محاسبات و تخمینها و تجربیات، معمولاً هر متن فارسی را بدون این که لطمه زیادی به ظاهر آن وارد شود، می‌توان تا حدود ۶۰ درصد کاهش یا افزایش داد. مثلاً یک متن ۱۰۰ صفحه‌ای متعارف را می‌توان در ۱۶۰ صفحه یا ۴۰ صفحه منتشر کرد. اما افزایش و کاهش بیش از این حد، کاملاً بر ملا می‌سازد که متن به دلایل اقتصادی و غیره افزایش یا کاهش داده شده است. زیرا با تکنیکهای گوناگون تغییر فونت و فاصله‌ها می‌توان حجم یک متن را حتی به ۳ برابر افزایش یا کاهش داد.

به هر حال، یکی از مسائل تولید، افزایش یا کاهش دادن تعداد صفحه‌های کتاب، مطابق دستورالعمل ناشر است. صفحه‌آرا می‌تواند حروف را به طور متناسب، بزرگتر یا کوچکتر بگیرد تا تعداد صفحه‌های کتاب به حدود موردنظر ناشر برسد. در این صورت، همه پارامترهای مدرک و متن و صفحه به یک نسبت تغییر می‌کنند. اما در تغییر دادن تعداد صفحه‌ها، عملاً فقط طرحواره‌های تولید هستند که باید تغییر داده شوند. مثلاً ممکن است طرحواره فونت از فرمول فرضی:

$$۱۲ \text{ نازک بدر و } ۱۰ \text{ سیاه زر}$$

به:

$$۱۴ \text{ نازک بدر و } ۱۲ \text{ سیاه زر}$$

تغییر کند. در این صورت، طرحواره پایه حروف نیز از ۶ میلی‌متر به ۷ میلی‌متر تغییر می‌کند، و طرحواره‌های دیگر نیز مطابق اصول تولید با تناسب و فرمولهای معینی تغییر می‌کنند. علاوه بر اینها، دست صفحه‌آرا در مواردی مانند فاصله‌بندی تیرها و سوتیرهای بخشها و زیربخشها، و فاصله‌بندی شکلها و جدولها باز خواهد بود، زیرا در این گونه فاصله‌بندیها آزادی عمل بیشتری وجود دارد. همچنین، با تغییر دادن فاصله بین کلمات نیز می‌توان حجم کل متن را کاهش یا افزایش داد. مهمترین مسئله در تغییر دادن تعداد صفحه‌های کتاب، فقط مراعات اصول

تولید و طرحواره‌های ثابت و معین است.

در شیوه‌نامه‌های وب، امکانات گسترده‌ای برای تغییر دادن متناسب طرحواره‌های تولید وجود دارد. حتی با استفاده از شیوه‌نامه CSS (فصل ۷)، هر متن را می‌توان با چندین نوع مجموعه طرحواره‌ها منتشر کرد، که مشخصات هریک مخصوص به خود خواهد بود.

۱۴.۶. نمونه خوانی

نمونه خوانی [proofreading]، یا غلط‌گیری متن، یکی از انواع شش‌گانه ویرایش است که در فصل اول نیز بدان اشاره شد. هرچند، این گام جزو گامهای تولید محسوب می‌گردد و ممکن است در مدیریت تولید سازمان نشر انجام شود. بیشتر مراحل و روشهای نمونه‌خوانی، مشابه مراحل و روشهای نسخه‌پردازی هستند. تفاوت عمده آنها در این است که نمونه‌خوانی بعد از حروفچینی، و نسخه‌پردازی (معمولاً) قبل از حروفچینی انجام می‌شود.

نمونه‌خوانی، عبارت است از مقابله متن حروفچینی‌شده با اصل «خبر» یا «دستنوشته»، برای یافتن غلطهای تحریری (املائی) و غلطهای «نقطه‌گذاری»، و نیز یافتن اشکالهای حروف‌شناختی آن، مثلاً از نظر نوع و اندازه حروف، و فاصله بین سطرها.

در نمونه‌خوانی، متن حروفچینی‌شده را اصطلاحاً **نمونه** [proof] می‌نامند؛ و از سوی دیگر، اصل متنی را که پدیدآور نوشته است و حروفچینی از روی آن انجام می‌شود، **خبر** [manuscript] می‌نامند. اگر «خبر» توسط پدیدآور تحریر یا ماشین [type] شده باشد، آن را **خبر تحریرشده** [typed manuscript] می‌نامند.

نکته. در روزنامه‌نگاری، متن دستنوشته را **نسخه** [copy]، و متن تحریرشده را **نمونه** [type، یا proof] می‌نامند. همچنین، مجموعه اطلاعات اولیه مربوط به یک رویداد یا موضوع یا گزارش معین را **مطلب** [story] می‌نامند. بنابراین، اصطلاحات و روال کار در روزنامه‌نگاری به شرح زیر است:

۱. نخست **مطلب** [story] تهیه می‌شود؛

۲. سپس با مرتب کردن و ویرایش کردن **مطلب**، نسخه [copy] به

دست می‌آید؛

۳. سرانجام با حروفچینی نسخه، نمونه [type] حاصل می‌شود، که نمونه، پس از نمونه‌خوانی و تأیید دبیر صفحه، در ستون و صفحه مربوط قرار داده یا مونتاژ می‌گردد.

اما در تولید و نشر کتاب، اصطلاحات و روال کار چنین است:

۱. متن پدیدآور، دستنویست یا دستنویشته [manuscript] یا به اصطلاح حرفه‌ای‌تر، خبر نامیده می‌شود، که اگر تحریر یا ماشین شده باشد، آن را دستنویست تحریر شده یا خبر تحریر شده می‌نامند؛
۲. دستنویست یا خبر توسط ویراستار و نسخه‌پرداز، ویرایش می‌گردد، که حاصل آن را دستنویست ویرایش شده یا خبر ویرایش شده [edited manuscript] می‌نامند؛

۳. دستنویست یا خبر ویرایش شده توسط حروفچین حروفچینی می‌شود، که حاصل آن را نمونه [proof] می‌نامند. هر بار که نمونه توسط نمونه‌خوان خوانده و تصحیح و توسط حروفچین اصلاح می‌شود، یک نمونه جدید به دست می‌آید، که نمونه‌ها را به ترتیب، نمونه اول، نمونه دوم، نمونه سوم، و غیره می‌نامند. آخرین نمونه را که کاملاً بی‌نقص و اشکال است، نمونه نهایی یا به اصطلاح قدیمی‌تر، نمونه سفید می‌نامند.

معمولاً هر متنی که برای چاپ یا تکثیر، حروفچینی و یا صفحه‌آرایی می‌شود، محتملاً دارای خطاهایی است که ناشی از سهو یا ناآشنایی تحریر کار با دستنویست می‌شود. به همین دلیل، متن حروفچینی شده را که معمولاً توسط چاپگر کامپیوتر تهیه می‌کنند، به نمونه‌خوان می‌دهند تا به مقابله آن با دستنویست یا خبر پردازد، و خطاهای تحریری و حروفچینی را مشخص و علامت‌گذاری کند.

از سوی دیگر، عمل اصلاح دستنویست توسط خود نویسنده و یا ویراستار برای تعیین خطاهای احتمالی را تصحیح [correction] می‌نامند، و تفاوت آن با نمونه‌خوانی در این است که در نمونه‌خوانی، خطاهای متن پس از حروفچینی، و روی نمونه تعیین و اصطلاح می‌شود؛ اما در «تصحیح»، خطاهای متن قبل از

حروفچینی و روی دستنوشته (یا به اصطلاح خبر) تعیین و اصلاح می‌گردد. با این حال، هم در نمونه خوانی و هم در تصحیح، از علامت‌گذاریهای مشابهی استفاده می‌شود. در ویرایش و نسخه‌پردازی نیز از همین علامت‌گذاریها استفاده می‌شود. نمونه خوانی، نوعی مهارت است که به تجربه کسب می‌شود، اما دارای قواعد و روش‌شناسی علمی نیز هست که نمونه‌خوان باید آنها را بیاموزد. این قواعد و روشها از پنج مبحث تشکیل می‌شوند:

۱. انواع نمونه و روشهای نمونه خوانی،

۲. علامت‌گذاری در نمونه خوانی،

۳. اصول حروف‌شناسی در نمونه خوانی،

۴. روشهای مقابله،

۵. نمونه خوانی کامپیوتر-یار.

به عبارت دیگر، آموزش نمونه خوانی از پنج مبحث فوق تشکیل می‌گردد، و نمونه‌خوان باید در این پنج مبحث آموزش دیده و تجربه کسب کرده باشد. در یک دوره آموزشی نمونه خوانی متعارف، هریک از پنج مبحث فوق در سه جلسه ۲ ساعته تدریس می‌گردد.

نمونه خوانی جزو وظایف نمونه‌خوان است، اما تقریباً همه اشخاصی که با امور حروفچینی و ویرایش و نگارش و نشر سروکار دارند، باید با انواع و اصول و روشهای نمونه خوانی آشنا باشند. مثلاً علاوه بر نمونه‌خوان، حروفچین نیز باید علامت‌گذاریها و قراردادهای نمونه خوانی را تشخیص دهد، تا بتواند به تحریر خبر، و یا اصلاح غلطهای نمونه‌ها بپردازد؛ همچنین، ویراستار و به ویژه نسخه‌پرداز نیز از بیشتر علامتهای نمونه خوانی استفاده می‌کند، هرچند، متنی که به ویراستار داده می‌شود، ممکن است به صورت دستنوشته باشد، و حروفچینی نشده باشد.

از سوی دیگر، معمولاً نمونه علامت‌گذاری شده و یا نمونه نهایی را به پدیدآور نیز ارسال می‌کنند تا نظر قطعی خود را اظهار دارد. بنابر این، علاوه بر نمونه‌خوان و ویراستار، پدیدآور نیز باید با اصول نمونه خوانی و علامت‌گذاریهای آن آشنا باشد. به همین ترتیب، اشخاص دیگر، مانند صفحه‌آرا، لیتوگراف، و حتی مدیران نشر

نیز گاهی با نمونه‌خوانی سروکار پیدا می‌کنند.

۱.۱۳.۶. انواع نمونه و روشهای نمونه‌خوانی

به طور کلی، نمونه‌خوانی را می‌توان بر چهار روش تقسیم کرد:

۱. نمونه‌خوانی نمونه رانگا،

۲. نمونه‌خوانی نمونه کامپیوتری،

۳. نمونه‌خوانی غیرفعال روی نمونه وصل-خط،

۴. نمونه‌خوانی فعال روی نمونه وصل-خط.

البته در یک روش دیگر نمونه‌خوانی، متن روی صفحه‌های آ-چهار و غیره تحریر می‌شود که آن را نمونه صفحه‌ای [page proof]، و خواندن و تصحیح آن را نمونه‌خوانی صفحه‌ای می‌نامند. اما چون «نمونه‌خوانی صفحه‌ای» تفاوت چندانی با «نمونه‌خوانی رانگا» ندارد، و در ضمن، امروزه عمدتاً به روش نشر رومیزی انجام می‌شود، و نمونه‌های آن به صورت «نمونه کامپیوتری» تهیه می‌شوند، در کتاب حاضر به عنوان یک روش مجزا تشریح نشده است.

چهار روش فوق‌الذکر، هم در نمونه‌خوانی، و هم در ویرایش متداول هستند. تفاوت آنها فقط در شرح وظایف نمونه‌خوانی و ویرایش است. به ویژه، نمونه‌خوان فقط موظف است غلط‌های تحریری حروفچین یا تحریرکار، و خطاهای حروف‌شناسی و فرمت‌بندی متن را تشخیص دهد و علامت‌گذاری کند؛ این غلط‌ها و خطاها فقط مربوط به اشتباه‌های حروفچین می‌شوند، و غلط‌ها و خطاهای دیگر باید پیشتر در مرحله ویرایش تصحیح شده باشند. (قسمت عمده شرح وظایف ویراستار، تصحیح خطاهای احتمالی پدیدآور، و بهبود و شکل بخشیدن به متن است.)

۱. نمونه‌خوانی نمونه رانگا [galley proof]. در زمانهای قدیم که کامپیوتر عمومی نشده بود (تا اواسط دهه ۱۹۸۰)، متن را با حروف سربی، و یا با ماشینهای مخصوص حروفچینی می‌کردند، و یک نسخه از نمونه حروفچینی شده را در کاغذهای بلند چاپ می‌کردند. این کاغذهای حاوی نمونه‌ها، نوعاً دارای عرض ۲۰ سانتی‌متر و طول یک متر یا بیشتر بودند، و چندین صفحه متن را شامل

می شدند.

در نمونه‌های رانگا، نمونه‌خوان، تصحیحات خود را در حاشیه یا لابلای سطرها اعمال می‌کرد، تا در نمونه بعدی اصلاح شوند.

بعدها که حروفچینی با ماشینهای مخصوص، مانند IBM کامپوزر و لاینوترون به بازار عرضه شدند، نمونه‌خوانی رانگا همچنان متداول ماند، زیرا در بیشتر این گونه ماشینها نیز نمونه‌های اولیه در کاغذهای بلند تهیه می‌شدند. در یک نمونه رانگای نوعی، عرض کاغذ ۲۰ سانتی‌متر، و طول آن ۲ متر است.

۲. نمونه‌خوانی نمونه کامپیوتری [computer proof]. پس از همگانی شدن کامپیوتر در اواسط دهه ۱۹۸۰، و پیدایش نشر رومیزی، اغلب کارهای حروفچینی به صورت کامپیوتری درآمد.

در نشر رومیزی، نمونه متن حروفچینی شده را با چاپگر کامپیوتر (چاپگر لیزری) و روی کاغذ آچار تهیه می‌کنند و در دسترس نمونه‌خوان قرار می‌دهند. نمونه‌خوان باید اصلاحات خود را در حاشیه و لابلای سطرهای نمونه اعمال کند. این روش تفاوت چندانی با روش قدیمی ندارد، زیرا وظیفه نمونه‌خوان نمونه کامپیوتری مشابه وظیفه نمونه‌خوان رانگا است. اما چون اعمال تصحیحات و تغییرات در نمونه اصلی متن آسان است، نمونه‌خوان (و نیز ویراستار و پدیدآور) بدون محدودیت، هر قدر اصلاحات و تغییرات که مورد نظر داشته باشد، می‌تواند در نمونه اعمال کند. پس از تصحیح نمونه‌خوان، اپراتور کامپیوتر، با استفاده از نرم‌افزار واژه‌پرداز، اصلاحات و تغییرات را به آسانی در متن اعمال می‌کند، و این سهولت، تنها تفاوت اساسی نمونه‌خوانی نمونه کامپیوتری و نمونه رانگا است. (با این حال، نمونه‌خوانی نمونه کامپیوتری را نیز می‌توان همان نمونه‌خوانی رانگا به حساب آورد).

به طور کلی، نمونه‌های اولیه را بدون محدودیت می‌توان با خودکار یا روان‌نویس غلط‌گیری کرد، اما نمونه نهایی [master proof] باید با مداد کمرنگ، و یا با علامت‌گذاری در حاشیه‌های صفحه انجام پذیرد. اگر نمونه نهایی روی کاغذ کالک تهیه شده باشد، حتی تورق آن نیز باید با احتیاط صورت گیرد، زیرا ممکن

است به نمونه آسیب وارد شود.

۳. نمونه خوانی غیرفعال روی نمونه وصل_خط [online proof]. نمونه وصل_خط (یا نمونه بسته)، متن حروفچینی شده ذخیره شده در کامپیوتر است که نمونه خوان می تواند آن را روی نمایشگر کامپیوتر بخواند و تصحیح و علامت گذاری خود را مستقیماً در روی نمونه و توسط کامپیوتر اعمال کند. اما در روش غیرفعال، نمونه خوان نمی تواند متن را تغییر دهد و فقط مجاز است خطاهای متن را علامت گذاری کند. بدین صورت که قبل از هر خطا، رمز یا علامت معینی بگذارد تا اصلاح آن را شخص تحریرکار یا ویراستار انجام دهد. مثلاً ممکن است قبل از هر غلط تحریری، سه علامت خط تیره، و قبل از هر غلط دیگر دو علامت خط تیره بگذارد. یعنی اگر فرضاً متن نمونه چنین باشد:

* در اتاق چند سندلی و یک میز و تعد ادی کتاب وجود داشت

ممکن است مطابق دستورالعمل ناشر در نمونه چنین علامت گذاری شود:

در اتاق چند سندلی و یک میز و تعد ادی کتاب وجود داشت

که در آن، علامت «_» به معنای غلط املایی و علامت «__» به معنای غلط رسم الخط (در اینجا سفیدی نادرست بین حروف کلمه) است. نمونه خوان ممکن است پیامهای اصلاح خود را بین یک جفت رمز مخصوص قرار دهد و در متن درج نماید؛ مثلاً به دو شکل زیر:

__لطفاً فاصله سطرها کمتر شود__

<> لطفاً فاصله سطرها کمتر شود <>

که اپراتور کامپیوتر یا تحریرکار یا ویراستار یا مسئول اعمال علامت گذاریها، بدان توجه خواهد کرد و در صورت نیاز اصلاح را انجام خواهد داد و در پایان، علامتها و رمزهای نمونه خوان را حذف خواهد کرد.

معمولاً در این روش نمونه خوانی، فایل نمونه خوان با فایل اصلی تفاوت دارد و

نمونه خوان نمی تواند وارد سیستم فایل اصلی شود. ویراستار یا شخص دیگری مجاز است که وارد فایل اصلی شود و تغییرات نمونه خوان را اعمال کند. در کارهای مهم و حساس همواره از این روش استفاده می شود.

۴. **نمونه خوانی فعال روی نمونه وصل_خط.** در روش فعال وصل_خط (وسته) نیز نمونه خوان مشابه روش قبلی، مستقیماً با نمونه ذخیره شده در کامپیوتر و از طریق نمایشگر و صفحه کلید کار می کند، اما «مجاز است» که اصلاحات خود را در متن اعمال کند. به عبارت دیگر، فایلی که نمونه خوان با آن کار می کند، همان فایل اصلی است و تغییرات وی مستقیماً در فایل اعمال می گردد.

در نمونه خوانی فعال وصل_خط (وسته)، کنترل کار نمونه خوان مشکل است، زیرا پس از اتمام نمونه خوانی، تصحیحات نمونه خوان را نمی توان مشخص کرد. از این روی، روش فعال، در مورد کارهای مهم و حساس توصیه نمی شود.

۲.۱۳.۶. نشانه های نمونه خوانی

نشانه های نمونه خوانی [proofreaders' marks، یا proofreaders' markup]، مجموعه ای است از علامتهای قراردادی یا استاندارد شده، که برای اصلاح و غلط گیری نمونه های حروفچینی شده و «علامت گذاری حروف» به کار می رود. همین علامت گذاریها ممکن است در مرحله ویرایش نیز به کار برده شوند.

نشانه های نمونه خوانی، از حدود ۳۰ تا ۴۰ نشانه اصلی تشکیل می شود که هریک معنای استاندارد خاصی دارد (مثلاً نشانه های تورفتگی اول پاراگراف، حروف سیاه، جداسازی کلمات، و غیره).

در برخی از کشورها، علامت گذاری نمونه خوانی دارای استاندارد ملی رسمی یا غیررسمی است، به طوری که همه نمونه خوانها و ویراستاران و حروفچینها از یک استاندارد معین و منفرد بهره می گیرند. به عبارت دیگر، در این کشورها، علامت گذاری نمونه خوانی و حروفچینی دارای «زبان محدود» و معینی است و کاری که توسط افراد مختلف علامت گذاری می شود، به آسانی بین آنها قابل فهم است و نیازی به توضیح اضافه ندارد. به همین دلیل، استانداردهای علامت گذاری نمونه خوانی، در فرهنگهای زبان، مانند فرهنگ وبستر، نیز آورده می شوند، تا عموم خوانندگان کتاب نیز با آنها آشنا شوند. البته این عمل به تعبیری نوعی تبلیغات

حمایتی محسوب می‌شود که هدف آن ارتقای «زبان محدود» یا استاندارد نمونه‌خوانی است. اما متأسفانه در ایران تاکنون چنین استانداردی که مورد قبول همگان، اعم از ناشر و حروفچین و ویراستار باشد، وجود نداشته است. به طور کلی، علامت‌گذاری نمونه‌خوانی را می‌توان بر چهار گروه تقسیم کرد:

۱. علامتهای عملیاتی [operational signs]، مانند درج، حذف، سر سطر، تورفتگی، تغییر فونت، و غیره؛
۲. علامتهای غلط‌گیری [typographical signs]، شامل علامتهای مخصوص تصحیح غلطهای حروفچینی یا املائی؛
۳. علامتهای نقطه‌گذاری [punctuation signs]، مانند کاما، نقطه، گیومه، خط تیره، و غیره؛
۴. علامتهای پیام [message signs]، مشتمل بر:

– پیغام خطاهای حروفچین [printers' error message]، یا اختصاراً PE message]، که عبارت است از پیغامی که مشخص می‌سازد خطا از حروفچین بوده است (این اصطلاح ربطی به چاپگر ندارد)؛

– پیغام اصلاحات پدیدآور [author's alterations message]، یا اختصاراً AA message]، که عبارت است از پیغامی که مشخص می‌سازد اصلاح از سوی پدیدآور بوده است؛

– پیغام سوال از پدیدآور [query author message]، یا اختصاراً QA message]، که عبارت است از پیشنهاد به پدیدآور، تردید قابل توجه پدیدآور، و هر چیزی که بتواند برای پدیدآور مهم باشد، و یا تغییر دادن آن مستلزم موافقت پدیدآور باشد. گاهی به جای درج این پیغام، متن را تغییر می‌دهند، و یک یادداشت موسوم به تغییرات ناشر [publisher's alterations]، یا اختصاراً PA] در مکان قرار می‌دهند، تا بعدها پدیدآور یا ویراستار به آن توجه کند.

به هر حال، چهار گروه علامت‌گذاریهای فوق نیاز به استاندارد دارند، که باید همراه با استانداردهای دیگر نشر توسط ناشران معتبر تدوین شوند.

یادداشت ۶.۶. سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از سال

۱۳۸۰. تدوین یک مجموعهٔ علامت‌گذاریهای نمونه‌خوانی را آغاز کرده است.

به طور کلی، هر طرح علامت‌گذاری نمونه‌خوانی، از سه قسمت تشکیل می‌گردد:

۱. علامت‌گذاری برای نمونه‌های چاپی،

۲. علامت‌گذاری برای نمونه‌های کامپیوتری حاوی فرمان درون‌کاشتی،

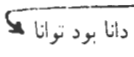
۳. علامت‌گذاری برای نمونه‌های کامپیوتری ویزی‌ویگ.

که هر سه، مفاهیم یکسانی را دربر می‌گیرند، اما با شکل‌های متفاوتی بیان می‌گردند.

۱.۲.۱۳.۶. علامت‌گذاری برای نمونه‌های چاپی

علامت‌گذاری برای نمونه‌های چاپی، از چند ده علامت تشکیل می‌گردد، که چهار گروه علامتهای عملیاتی، غلط‌گیری، نقطه‌گذاری، و پیغام را شامل می‌شوند. در اینجا خلاصهٔ یک طرح بسیار سادهٔ علامت‌گذاری برای نمونه‌خوانی فارسی ارائه می‌شود، که بیشتر علامتهای آن، از شیوه‌نامه‌های داخلی و دستورالعمل‌های غیرمکتوب ناشران گوناگون ایرانی استخراج شده‌اند. در ضمن، علامت‌گذاریها طوری انتخاب شده‌اند که در نرم‌افزارها و شیوه‌نامه‌های کامپیوتری مشکل ایجاد نکنند.

جدول ۸.۶. علامت‌گذاری نمونه‌خوانی فارسی

فرمان	نشانه	مثال
درج شود	۷ یا ۸	توانا بود هر  توانا بود
حذف شود [زائد است]		توانا بود هر که  (ان) دانا بود
انتقال یابد		بود هر که دانا بود توانا 
تعویض شود		توانا بود  که دانا بود

در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد.		دو سطر ادغام شوند
به ویراستار: آیا فاصله سطرها کم نیست؟ به مؤلف: آیا املاي «تظارب» درست است؟	دایره یا بیضی	توضیح یا پیغام نمونه خوان
توانا بودهر که دانا بود		جداسازی کلمه با سفیدی
آوای وحش اثر جک لندن است		سفیدی تهی (بدون فاصله)
او در بی‌مارستان سینا کار می‌کند		چسبیده‌سازی مطابق رسم الخط
علی به دانشگاه می‌رود		جداسازی مطابق رسم الخط
توانا بود<-> هر که دانا بود	<->	فاصله کم شود
توانا<+> بود هر که دانا بود	<+>	فاصله زیاد شود
در رشته فنی مهندسی تحصیل می‌کند		خط تیره وصل
خانواده که یک اجتماع کوچک است باید ...		خط تیره فصل
و به همین دلیل در خیابانهای اصلی شهر های ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد.		خط تیره شکست سطر
در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در		سر پاراگراف با تورفتگی

سر پاراگراف بدون تورفتگی		در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در
شکست سطر یا سر سطر	< سر >	در خیابانهای اصلی < سر > شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد.
تورفتگی بلوکی اول	۱	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در
تورفتگی بلوکی دوم	۲	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در
تورفتگی بلوکی سوم	۳	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در
نیم سطر فاصله (اضافی)	< +۰/۵ >	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در
یک سطر فاصله (اضافی)	< +۱ >	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در
... سطر فاصله (اضافی)	< +... >	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم یک گل فروشی وجود دارد. همچنین در

وسط چین	< و ... و / >	< و > شاهنامه فردوسی < و / >
زیر-خط (خط زیر کلمات)	< ز ... ز / >	< ز / > / < ز / > از نوشته‌های جک لندن است که در سال
ته سطر	< ته ... >	Man gave name to all < ته >
حروف سیاه متن	—	در خیابانهای اصلی شهرهای ایران دست کم
حروف تیتیر درجه X	X	۲ روشهای اساسی ویرایش
حروف ایرانیک نازک متن	~~~~~	روشهای اساسی ویرایش
حروف ایرانیک سیاه متن	~~~~~	روشهای اساسی ویرایش
حروف ایرانیک تیتیر درجه X	X ~~~~~	روشهای اساسی ویرایش
لاتین کاپیتال	= زیر حرف	tehran
لاتین سیاه	—	Editing Principles
لاتین کاپیتال سیاه	=	editing principles
لاتین کاپیتال ایتالیک	~~~~~	editing principles
لاتین کاپیتال ایتالیک سیاه	~~~~~	editing principles
فونت حروف	< ف ... > < ف / >	توانا بود هر که < ف ۱۴ > دانا < ف / > بود
خانواده حروف	< فخ ... > < فخ / >	توانا بود هر که < فخ ترافیک > دانا < فخ / > بود
نژاد حروف	< فن ... > < فن / >	هفته‌نامه < فن فانتزی > گل آقا < فن / > است

حروف نازک متن	> متن <	توانا بود هر که دانا بود > متن <
حروف ... شود	> حروف=... <	توانا بود هر که دانا بود > حروف=ز-۱۲ <
پایه حروف ... شود	> پایه=... <	توانا بود هر که دانا بود > پایه=۶ <
عرض متن ... شود	> عرض=... <	توانا بود هر که دانا بود > عرض=۱۱ <
ارتفاع صفحه ... شود	> ارتفاع=... <	توانا بود هر که دانا بود > ارتفاع=۱۷ <

در پیوست «ث»، جدول علامت‌گذاری نمونه‌خوانی انگلیسی نشان داده شده است. نمونه‌خوان برای این که بتواند مشخصات فرمت‌بندی متن را نیز تشخیص دهد، لازم است پارامترهای تنظیم صفحه را، که معمولاً در ابتدای متن می‌آید، به دقت مطالعه کند؛ زیرا تصمیم‌گیری دربارهٔ برخی اطلاعات متن به پارامترهای تنظیم صفحه بستگی دارد. این پارامترها در بخش ۵.۶ تشریح شده‌اند (شامل ارتفاع متن، عرض متن، حاشیهٔ چپ، پایهٔ حروف، حروف نازک متن، و غیره). پارامترهای تنظیم صفحه معمولاً توسط ویراستار تعیین می‌شوند.

۲.۲.۱۳.۶. علامت‌گذاری نمونه‌های حاوی فرمان درون‌کاشتی

نوع دیگر علامت‌گذاری، علامتهای فرمانهای درون‌کاشتی است. این علامتها فرمانهایی هستند که داخل متن می‌آیند و در نمونه‌خوانی نیز نمایش داده می‌شوند، اما در موقع چاپ نهایی محو می‌گردند. مثلاً علامت آغاز پاراگراف، علامت فاصلهٔ اضافی، و غیره، در نمونهٔ نمونه‌خوانی نمایش داده می‌شوند (و طبیعی است که این علامتها در نمونهٔ نهایی مخصوص چاپ نمایش داده نمی‌شوند).

یکی از مهمترین و جامعترین استانداردهای ISO، در این زمینه، زبان مجرد SGML است، که در آن، فرمانهای درون‌کاشتی صفحه‌آرایی و نمونه‌خوانی در داخل متن نمایش داده می‌شوند. زبان HTML نیز براساس همین زبان طراحی شده است. در فصل ۷، زبان HTML به تفصیل تشریح خواهد شد.

از سوی دیگر، هر ناشر نیز ممکن است تعدادی نماد را به عنوان فرمانهای

ویژه نمونه‌خوانی و ویرایش و صفحه‌آرایی به کار برد. اما زیاد شدن تعداد نمادها، «زبان محدود» رایج در بین نمونه‌خوانها و صفحه‌آراها را با تشتت مواجه می‌سازد. از این روی، مجموعه نمادهای درون‌کاشتی نیاز به یک استاندارد ملی، و یا استاندارد بین‌المللی دارد. امروزه این استاندارد عملاً در دسترس قرار دارد، که آن، همان زبان SGML است.

۳.۲.۱۳.۶. علامت‌گذاری نمونه‌های کامپیوتری ویزی‌ویگ

ویزی‌ویگ [wysiwyg] مشخصه نرم‌افزاری است که در آن، هرچه در پرده‌نمایش نشان داده می‌شود، همان است که توسط چاپگر عیناً چاپ خواهد شد. *wysiwyg* کوتاه‌نوشت عبارت زیر است:

what you see is what you get

ویزی‌ویگ دارای دو مشخصه اساسی است:

۱. همچنان‌که در تعریف واژه ویزی‌ویگ نیز وجود دارد، متن نمونه ویزی‌ویگ، مشابه متن نمونه نهایی است که توسط چاپگر چاپ می‌شود؛
۲. فرمانهای ویزی‌ویگ در متن نمایش داده نمی‌شوند. مثلاً برای سیاه کردن حروف، نیازی نیست که فرمان حروف سیاه قبل از حروف داده شوند. کافی است حروف موردنظر نخست با ماوس انتخاب و مشخص شوند، و سپس در نواره ابزار نرم‌افزار، حروف سیاه تعیین گردند. پس از تعیین مشخصات حروف برای یک کلمه یا عبارت یا متن، حروف با همان مشخصات نمایش داده می‌شوند. به همین ترتیب، مشخصات گوناگون متن، از جمله پاراگرافها، شکلها و جدولها، همستون‌سازی، و سرصفحه‌ها، یک به یک انتخاب و تعیین می‌شوند، که در نتیجه، نمونه، بلافاصله مطابق مشخصات نمایش داده می‌شود، و در صورتی که توسط چاپگر چاپ شود، نمونه چاپی عیناً مانند نمونه روی پرده نمایش خواهد بود.

در هر صفحه از نرم‌افزار ویزی‌ویگ، کلیه مشخصات فرمت‌بندی و پارامترهای تنظیم متن و غیره در حاشیه پرده‌نمایش نشان داده می‌شوند. برخی از پارامترها روی گزینه‌های نواره ابزار با اعداد مشخص می‌شوند. اما مشخصات برخی

پارامترهای دیگر به صراحت نشان داده نمی‌شوند. به ویژه برای معلوم ساختن خانواده فونت و اندازه حروف، لازم است ماوس بر روی متن موردنظر قرار داده و کلیک چپ شود، که در این صورت، خانواده فونت و اندازه حروف، در خانه‌های منوهای مرتبط نمایان می‌گردند.

علامت‌گذاری در نمونه‌های ویزی‌ویگ عیناً مشابه علامت‌گذاری در نمونه‌های چاپی است، با این تفاوت که اگر نمونه‌خوان مجاز باشد، می‌تواند به جای علامت‌گذاری، اصلاحات و تغییرات را مستقیماً در متن اعمال کند. اگر نمونه‌خوان مجاز به اعمال تغییرات در نمونه‌ها نباشد، باید علامتی در حاشیه متن قرار دهد که منظور را برساند. و یا شماره‌های سطرها و صفحه‌های دارای اشکال و خطا را در کاغذ یادداشت کند و به ویراستار ارائه دهد.

۳.۱۳.۶ اصول حروف‌شناسی در نمونه‌خوانی

همچنان‌که در بخش‌های پیشین بحث شد، حروف‌شناسی [graphology]، دانش و فنی است که به بررسی مشخصات فیزیکی و معنایی نمادهای نوشتاری دستنوشته و تحریری، و صفحه‌آرایی متن می‌پردازد. نمونه‌خوان کافی است تا حدی با مباحث حروف‌شناسی آشنا باشد که بتواند متن را برای حروفچینی و صفحه‌آرایی علامت‌گذاری کند، و یا حروف و نمادهای صفحه‌آرایی شده و علامت‌گذاری‌های موجود در متن را بشناسد و اشکالهای احتمالی آنها را برای اصلاح مشخص نماید.

۴.۱۳.۶ روشهای مقابله

مقابله [collation، یا checking]، عبارت است از مقایسه یک متن حروفچینی شده با متن اصلی آن، به منظور اصلاح و علامت‌گذاری غلطهای متن حروفچینی شده. مقابله دارای انواع روشها است (مثلاً یک‌نفره، دونفره، پسرو، و غیره)، و نمونه‌خوان باید دست‌کم در یکی از آنها مهارت کافی کسب کرده باشد.

هریک از روشهای مقابله کاربرد مخصوصی دارد. مثلاً برای مقابله سریع، معمولاً از روش مقابله دونفره استفاده می‌شود (که یکی متن حروفچینی شده را با صدای بلند می‌خواند، و نفر دوم با متن اصلی مقایسه می‌کند)، و برای مقابله متون مهم ممکن است از روش مقابله پسرو استفاده شود (که عبارت است از مقابله متن با

متن اصلی، از آخرین سطر به بالا تا اولین سطر، برای غلبه بر مشکل خطای پیش‌فرض چشم انسان). تعیین روش مقابله به عهده مدیریت ویرایش یا مدیریت تولید است.

بسته به دقتی که مورد نظر ناشر باشد، مقابله را به انواع گوناگون می‌توان تقسیم کرد. پنج روش زیر مهمترین روشهای متداول در مقابله محسوب می‌شوند:

۱. مقابله ساده،

۲. مقابله سهمیه‌ای،

۳. مقابله چندگانه،

۴. مقابله دونفره همگام،

۵. مقابله پسرو.

از آنجا که «مقابله»، مرحله فعالیت عملی نمونه‌خوانی محسوب می‌شود، مقابله را می‌توان با نمونه‌خوانی یکسان به حساب آورد.

۱.۴.۱۳.۶. مقابله ساده

ساده‌ترین روش مقابله یا نمونه‌خوانی این است که «یک» نمونه‌خوان، متن نمونه را از ابتدا تا انتها می‌خواند و اصلاحات و علامت‌گذاریهای خود را در آن اعمال می‌کند، و متن نمونه چاپی یا فایل نمونه کامپیوتری را به حروفچین یا ویراستار باز می‌گرداند تا آن را به صورت نهایی اصلاح کنند.

در مقابله ساده، مانند روشهای دیگر مقابله، ممکن است نمونه اصلاح شده را مجدداً به نمونه‌خوان باز گردانند تا آن را دوباره به عنوان نمونه دوم [second proof] نمونه‌خوانی کند، تا مطمئن شوند که اصلاحات و علامت‌گذاریها به طور کامل اعمال شده‌اند. در برخی موارد، مراحل مقابله یا نمونه‌خوانی، به سه نمونه و حتی بیش از آن نیز می‌رسد.

۲.۴.۱۳.۶. مقابله سهمیه‌ای

در نشر برخی از متون، که حجم متن زیاد است، و یا فرصت زیادی برای نمونه‌خوانی وجود ندارد، نمونه‌ها را بین چند نمونه‌خوان تقسیم می‌کنند تا نمونه‌خوانی به سرعت به پایان برسد. مثلاً یک کتاب ۱۰۰۰ صفحه‌ای را بین ۱۰ نمونه‌خوان تقسیم

می کنند، تا هریک، سهم ۱۰۰ صفحه ای خود را به روش مقابله ساده، نمونه خوانی کند. این روش را اصطلاحاً **مقابله سهمیه ای** [quota collation] می نامند.

مسئله مقابله سهمیه ای این است که معمولاً دقت و سرعت نمونه خوانها با یکدیگر یکسان نیست. البته «زبان محدود» نمونه خوانهای سهمیه ای کاملاً یکسان است، و از این نظر مشکلی وجود ندارد. هرچند ممکن است خط و شیوه یادداشتهای حاشیه ای نمونه خوانها متفاوت باشد.

مسئله دیگر در مقابله سهمیه ای، مشکل بودن مدیریت آن است. مدیر گروه نمونه خوانی باید بتوان نمونه خوانها را هماهنگ کند، که اگر تعداد آنها زیاد شود، کار آسانی نخواهد بود.

نمونه خوانی و مقابله سهمیه ای بیشتر در روزنامه نگاری متداول است.

۳.۴.۱۳.۶. مقابله چندگانه

در نشر برخی از متون، مانند کتابهای مرجع، که دقت بیشتری مورد نیاز است، ناشر، از دو یا چند نمونه خوان می خواهد که به نوبت و به طور جداگانه، نمونه ها را از آغاز تا پایان را بخوانند. بدین ترتیب، «دو» یا «چند» جفت چشم، نمونه ها را می بینند، و احتمال نادیده ماندن برخی از خطاها و نواقص کمتر می شود. این روش را مقابله دو یا چند نفره یا اصطلاحاً **مقابله چندگانه** [multiple collation] می نامند.

گاهی یک نمونه را نخست به نمونه خوان اول می دهند، تا وی آن را مقابله کند. سپس همان نمونه مقابله شده را به نمونه خوان دوم می دهند، تا یک بار دیگر مقابله انجام شود. در این صورت، هر نمونه خوان، نمونه را با رنگ قلم متفاوتی علامت گذاری می کند. (مثلاً اولی با مداد قرمز، دومی با مداد سبز، و غیره.)

تنها اشکال این روش، هزینه و زمان زیادی است که صرف مقابله می شود. مدیریت این نوع نمونه خوانی نیز آسان است.

۴.۴.۱۳.۶. مقابله دونفره همگام

در این روش نمونه خوانی، دو نفر به طور همزمان کار می کنند: شخص اول به نام **متن خوان** [copyholder، یا copyreader]، دستنویست یا خبر را کلمه به کلمه و با صدای بلند قرائت می کند، و در ضمن، به کلیه علامت گذاریها، مانند نشانه های نقطه گذاری، تغییر حروف، تغییر فاصله، ابتدا و پایان پاراگراف، و غیره نیز به طور

دقیق اشاره می‌کند؛ شخص دوم، همزمان، نمونه را از چشم می‌گذرانند و خطاها و اشکالات احتمالی را در حاشیه یا لابلای نمونه مشخص و علامت‌گذاری می‌کنند. بدین ترتیب، احتمال این که نمونه‌خوان به دلایل حواس‌پرتی و غیره دچار اشتباه شود بسیار کمتر می‌شود و در ضمن، تجربه نشان داده است که با این روش، نمونه‌خوانی با «سرعت» بیشتری نیز به پایان می‌رسد.

در انگلیسی، برای انواع نشانه‌های نقطه‌گذاری و تغییر فونت و غیره، اصطلاحهای اختصاری ویژه‌ای ساخته‌اند، که از یک سو کوتاه هستند و خواندن را ساده‌تر می‌کنند، و از سوی دیگر، نحوه تلفظ آنها طوری است که با کلمات متن و اصطلاحهای اختصاری دیگر کمتر اشتباه می‌شوند؛ مثلاً *com* برای کاما، *poz* برای آپوستروف، *bang* برای نشانه تعجب، و *ital* برای ایتالیک.

متأسفانه در فارسی چنین استانداردهایی وجود ندارد، زیرا هیچ مؤسسه نشر معتبری وجود نداشته است که قدرت و اعتبار لازم برای استانداردهای فارسی اختصارات نمونه‌خوانی گفتاری را تدوین کند.

یادداشت ۷۰۶. سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از سال ۱۳۸۰ تدوین یک مجموعه علامت‌گذاریهای نمونه‌خوانی همگام را آغاز کرده است.

۵.۴.۱۳.۶. مقابلهٔ پسرو

مقابلهٔ پسرو [backward collation]، یا مقابلهٔ معکوس، معمولاً به عنوان یک مرحلهٔ اضافی نمونه‌خوانی در نظر گرفته می‌شود، تا دقت کار افزایش یابد. در این روش، نمونه‌خوان، متن را کلمه به کلمه از پایین صفحه به بالای آن، یا از انتهای سطر به ابتدای آن، می‌خواند تا در اثر درگیر شدن با معنای متن دچار اشتباه نشود. تجربه نشان داده است که در برخی موارد، به دلیل جذابیت معنای متن، و برخی دلایل روان‌شناسی زبان، نمونه‌خوان برخی از اشتباهات را «نمی‌بیند»، حتی اگر چند بار نیز نمونه‌خوانی کند.

حتی در مواردی، اگر متن توسط چند نمونه‌خوان مستقل از یکدیگر خوانده شود، نمونه‌خوانهایی که مجذوب یا درگیر معنای متن شده‌اند، ممکن است نتوانند تعدادی از خطاها را تشخیص دهند. مقابلهٔ پسرو می‌تواند نمونه‌خوان را از معنای

متن دور کند.

به طور کلی، مقابلهٔ پسر و برای نمونه خوانی کتابهای داستان و شعر و سرگرمی مناسبتر است. اما این قاعده عمومیت ندارد و تجربهٔ ناشر و مدیر گروه نمونه خوانی باید آن را تعیین کند.

۵.۱۳.۶. نمونه خوانی کامپیوتر-یار

امروزه بیشتر کارهای نمونه خوانی با استفاده از کامپیوتر انجام می شود. این شیوهٔ نمونه خوانی را **نمونه خوانی کامپیوتر-یار** [computer-aided proofreading] می نامند، که عملاً قسمتی از یک مرحلهٔ کامل نمونه خوانی محسوب می شود. به عبارت دیگر، در این روش، اساساً کار را نمونه خوان انجام می دهد، اما از کامپیوتر نیز بهره می گیرد.

برخی از کاربردهای کامپیوتر در نمونه خوانی و یا کمکهایی که کامپیوتر می تواند به نمونه خوان ارائه دهد به شرح زیر است:

- برنامه های مخصوص «بازبینی املا» [spell check]؛
- برنامه های مخصوص «بازبینی دستور زبان» [grammar check]؛
- فرمانهای ویرایشی در واژه پرداز، شامل جستجو، تعویض، و غیره؛
- برنامه های مخصوص قرائت متن [read aloud] یا خواندن با صدای بلند.

گاهی پدیدآور، اثر خود را به صورت الکترونیکی به ناشر تحویل می دهد که در این صورت، معمولاً نیازی به نمونه خوانی توسط نمونه خوان سازمان نخواهد بود. به هر حال، در این روش نیز اثر نمونه خوانی می شود، اما خود پدیدآور، مراحل نمونه خوانی اثر را انجام می دهد.

۱۵.۶. تهیه تصاویر

برخی از مدرک ها دارای تصویر ترسیمی یا عکس نیز هستند که تهیه آنها از دو راه صورت می گیرد:

۱. ترسیم اختصاصی تصویر توسط هنرمند تولید، و یا گرفتن عکس توسط

عکاس سازمان نشر؛

۲. مراجعه به آرشیو و جستجوی تصویر یا عکس آماده، و یا جستجوی آنها توسط پژوهشگر تصویر در منابع دیگر.

آرشیو مورد استفاده ممکن است در مدیریت تولید و یا در آرشیو سازمان نشر قرار داشته باشد.

تهیه تصاویر شامل دو مبحث تخصصی مهم است که عبارت‌اند از:

۱. مدیریت آرشیو، که در آن، نحوه سازمان‌دهی آرشیو و نگاه‌داری منابع تصویری، و ذخیره و بازیابی اطلاعات تصویری مورد بحث قرار می‌گیرد؛
۲. گرافیک تصویر، که مشتمل است بر مباحثی مانند مسائل بازسازی تصویر، مونتاژ چند تصویر در یک تصویر، تبدیل یک شکل از تصویر به شکل دیگر آن (مثلاً تبدیل عکس پرتره شخص به تصویر شبیه به نقاشی)، رنگی‌سازی تصویر سیاه‌وسفید با استفاده از فناوری رنگانش [colorization]، و کاربردهای گوناگون پردازش تصویر.

یک مسئله مهم در تهیه تصویر، توجه به نشرانه آن است. برای استفاده از هر تصویری که از یک منبع معین استخراج شده است، و تاریخ نشر آن هنوز در تاریخ مالکیت نشرانه قرار دارد، و یا تصویری که به هر ترتیبی متعلق به سازمان یا شخصی است، باید یک نامه «درخواست مجوز» نوشته و به سازمان یا شخص مالک نشرانه ارسال شود. در صورتی که پاسخ مثبت و مجوز دریافت شود، امکان استفاده از تصویر وجود خواهد داشت.

۱۶.۶. مسائل نشرانه

استفاده از برخی متون و تصاویر که توسط سازمان یا شخص معینی تهیه شده، منوط به کسب مجوز از ناشر یا صاحب آن است. ویراستار سازمان و یا مدیر یا هنرمند تولید باید بتواند ضرورت یا عدم ضرورت کسب مجوز را تشخیص دهد و آن را پیش‌بینی کند. در غیر این صورت، سازمان یا شخص صاحب نشرانه می‌تواند به محاکم قضایی شکایت و درخواست غرامت کند.

مسائل نشرانه بسیار مفصل و مهم است و هر کسی که در امور نشر فعالیت

می‌کند باید تا حدود ضروری با قوانین و مقررات و معاهده‌های نشرانه آشنایی داشته باشد. در فصل اول، شرح مختصری از قانون نشرانه ارائه شده و شرح بیشتر آن در آشنایی با مستندنویسی (۱۳۸۱) آمده است.

۱۷.۶. صفحه‌آرایی

صفحه‌آرایی، عبارت است از مونتاژ کامل اجزای صفحه‌های اثر، شامل متن حروفچینی شده، تصاویر، سرصفحه‌ها، و غیره. کل یا قسمتی از این کار ممکن است در همان مرحله حروفچینی نیز انجام شده باشد. امروزه صفحه‌آرایی را غالباً با استفاده از کامپیوتر انجام می‌دهند.

به طور کلی، صفحه‌آرایی کتاب و جزوه چاپی را می‌توان به هشت موضوع تقسیم کرد:

۱. فرمت‌بندی مدرک؛
۲. حروفچینی؛
۳. نمونه خوانی؛
۴. تصحیح نمونه‌های نمونه‌خوانی شده؛
۵. ترتیب مراحل صفحه‌آرایی؛
۶. مونتاژ نمونه نهایی؛
۷. آرشیو صفحه‌آرایی؛
۸. فرم‌بندی.

بیشتر موضوعات فوق در این فصل تشریح شده‌اند، و در بخش حاضر فقط به چند نکته مهم اشاره می‌شود.

پس از ارسال دستنوشته یا «خبر» (دست‌نوشته، تحریری، یا دیسک کامپیوتری) به گروه ویرایش، لازم است متن، ویرایش و به ویژه نسخه‌پردازی شود. ممکن است در مرحله نسخه‌پردازی، امور تعیین حروف و شماره‌گذاری مسلسل صفحه‌ها نیز انجام شده باشد. در این صورت کار گروه تولید و صفحه‌آرایی آسانتر می‌شود. به هر حال پیش از آغاز صفحه‌آرایی و یا حروفچینی، یا باید حروف و پارامترهای تنظیم صفحه و شماره‌گذاری مسلسل صفحه‌های خبر تعیین شده باشد،

و یا باید سیاست و برنامه مشخصی برای انجام دادن این امور پس از حروفچینی و نمونه‌خوانی در دست باشد.

امروزه به برکت امکانات فوق‌العاده نشر رومیزی، گروه تولید می‌تواند پس از دریافت «خبر»، حروفچینی آن را فقط با یک نوع حروف ساده انجام دهد، و پس از اتمام حروفچینی و نمونه‌خوانی، حروف و پارامترهای تنظیم صفحه آن را تعیین کند. این امکان که معمولاً سرعت صفحه‌آرایی را افزایش می‌دهد، در گذشته وجود نداشت.

معمولاً پس از اتمام صفحه‌آرایی قسمت متن، نخست صفحه‌آرایی قسمت پس‌متن، و سپس صفحه‌آرایی قسمت پیش‌متن انجام می‌شود. ترتیب قسمت‌ها و اجزای صفحه‌آرایی توسط مدیریت تولید سازمان نشر تعیین می‌شود.

قسمت پس‌متن به ویژه شامل نمایه است، اما ممکن است دارای پیوست، کتابنامه، و واژه‌نامه نیز باشد. به جز نمایه، بخشهای دیگر قسمت پس‌متن را در زمان صفحه‌آرایی متن نیز می‌توان صفحه‌آرایی کرد. نمایه حتماً باید در آخرین مرحله صفحه‌آرایی قسمت پس‌متن انجام شود. البته برخی از کتابهای تجاری، مانند داستان و شعر و سرگرمی، ممکن است به قسمت پس‌متن و یا نمایه نیاز نداشته باشند.

قسمتهای پیش‌متن به ویژه شامل صفحه‌عنوان، شناسنامه یا صفحه‌حقوق، فهرست مطالب، و مقدمه است، که صفحه‌آرایی آن باید پس از اتمام صفحه‌آرایی قسمت متن و قسمت پس‌متن آغاز شود. همچنان‌که در فصل ۲ تشریح شد، قسمت پیش‌متن می‌تواند شامل اجزای دیگری مانند پیش‌گفتار و درآمد و تقدیم و غیره نیز باشد.

قسمتهای پس‌متن و پیش‌متن نیز نیاز به نمونه‌خوانی دارند. حتی این قسمت‌ها در صورت امکان باید دوبار نمونه‌خوانی شوند. تجربه نشان می‌دهد که احتمال وجود غلط در صفحه‌های پس‌متن و پیش‌متن بیش از صفحه‌های متن است، و به همین دلیل این صفحه‌ها را «صفحه‌های خط‌خیز» می‌نامند.

پس از پایان صفحه‌آرایی کل اثر، ممکن است یک بار کل اثر صفحه‌آرایی شده بررسی گردد تا اشکالهای احتمالی آن مشخص و اصلاح شود. نمونه‌خوانی صفحه‌آرایی نیز کم و بیش مشابه نمونه‌خوانی حروفچینی است. تنها تفاوت در این

است که اگر نمونه نهایی در کاغذهای گلاسۀ مخصوص صفحه‌آرایی و یا کاغذ کالک باشد، خواندن و علامت‌گذاری آن باید با احتیاط انجام شود.

اگر نمونه نهایی در کامپیوتر باشد، تغییر دادن برخی مطالب بسیار آسان است، اما در عوض، کم یا زیاد کردن یک کلمه یا حتی یک حرف، و یا تغییر دادن فونت یک کلمه، می‌تواند کل صفحه‌آرایی را به هم بریزد. صفحه‌آرا باید از روشهایی استفاده کند که تغییرات الزامی در فرمت‌بندی و کلمات منجر به تغییرات غیرقابل‌پیش‌بینی نگردد. مثلاً تغییر دادن خودکار واژه صفحات به صفحه‌ها مسئله‌ای ایجاد نمی‌کند، اما اگر واژه صفحات دارای کسرۀ اضافه باشد باید به صفحه‌های تبدیل شود. از این قبیل مسائل فراوان وجود دارد، و به همین دلیل معمولاً باید حاصل تغییرات را یک‌به‌یک کنترل کرد.

معمولاً از آخرین نمونه مونتاژشده آمادۀ لیتوگرافی، یک نسخه کامل به صورت زیراکس، و یا به صورت چاپ کاغذی توسط چاپگر کامپیوتر، تهیه می‌کنند تا برای کسب مجوز پیش از چاپ، به وزارت ارشاد ارسال گردد. برای صرفه‌جویی در مصرف کاغذ و زیراکس، همین نسخه را می‌توان به عنوان کپی نمونه نهایی، نمونه‌خوانی کرد. کافی است فقط صفحه‌های دارای غلط یا اشکال، مجدداً اصلاح و تهیه و کپی شوند.

در برخی از کتابها، نمونه‌های صفحه‌آرایی شده به آرشیو مخصوص نیاز دارند. به ویژه در یک کتاب مصور، ممکن است تصویرها فقط در آخرین نمونه مونتاژ شوند. در این صورت، اجزای کتاب نیاز به نام‌گذاری دقیقی دارند و ذخیره و بازیابی آنها باید به صورت دقیقی انجام شود. برای مثال، در یک کتاب ۱۰ فصلی که هر فصل آن دارای ۵۰ تا ۸۰ تصویر است، تصاویر باید دارای شماره آرشیو باشند، و در برابر هر شماره، مشخصات تصویر، شامل قطع و رنگ و درصد بزرگ‌نمایی و وضعیت نشرانه (کپی‌رایت) آمده باشد. اگر تصاویر و مطالب دیگر در کامپیوتر ذخیره شده باشند، همین رویۀ شماره‌گذاری و تعیین مشخصات لازم است. به هر حال، آرشیو صفحه‌آرایی ممکن است مسئله بسیار حساسی باشد، و یک اشتباه کوچک در ذخیره و بازیابی منجر به اشتباهات بزرگ شود.

مسئله مهم دیگر در صفحه‌آرایی، پیش‌بینی و توجه به فرم‌بندی و صفحه‌های

سفید الزامی است. از آنجا که معمولاً لیتوگرافی و چاپ و صحافی کتاب، برحسب فرم‌های ۸ یا ۱۶ صفحه‌ای انجام می‌شود، تعداد صفحه‌های فیزیکی کتاب بدون جلد آن، همواره مضربی از ۸ یا ۱۶ است. بنابراین اگر در صفحه‌آرایی، تعداد صفحه‌های فیزیکی کتاب مضرب ۸ یا ۱۶ نباشد، الزاماً چند صفحه سفید به انتها (یا ابتدا) اضافه می‌شود. اگر ناشر برنامه‌ای برای تبلیغات خود داشته باشد، می‌تواند از صفحه‌های سفید اضافی استفاده مفید کند.

راه دیگر این است که در صفحه‌آرایی به این مسئله توجه شود. صفحه‌آرا می‌تواند با کم یا زیاد کردن نسبی برخی فاصله‌های داخل کتاب (بخش ۱۳.۶)، مثلاً سطرهای سفیدی بین شکلها و سطرهای متن، تعداد صفحه‌ها را به مضرب ۸ یا ۱۶ تبدیل کند.

اما اگر صفحه‌های سفید اضافی کاملاً الزامی باشد، بهتر است برای آنها کاربرد مفیدی پیش‌بینی شود، به طوری که ترکیب متعارف کتاب نیز محفوظ بماند. شاید بهترین راه این باشد که چند صفحه سفید اضافی، بلافاصله پیش از نمایه درج شوند: مشروط بر این که بالای صفحه‌های سفید، سرصفحه مخصوص یادداشت نیز داشته باشند. مثلاً اگر کتاب، ۶ صفحه سفید اضافی داشته باشد، و آخرین صفحه متن صفحه ۲۰۲ باشد، صفحه ۲۰۳ تا ۲۰۸، دارای سرصفحه‌هایی به صورت زیر باشند:

یادداشت صفحه سفید
--

سرسفحه‌های صفحه‌های سفید «یادداشت»، نیازی به مراعات صفحه‌های فرد و

زوج و درج شماره صفحه ندارند.

۱۸.۶. نمونه نهایی

پس از پایان صفحه آرایی، یک نمونه کامل از آن برای لیتوگرافی تهیه می شود. نمونه به یکی از چهار صورت زیر تهیه می شود:

۱. ماکت مونتاژ شده برای عکاسی نگاتیو یا پوزیتیو؛

۲. نمونه (پرینت) کامپیوتری روی کاغذ معمولی برای عکاسی نگاتیو یا

پوزیتیو؛

۳. نمونه (پرینت) کامپیوتری آینه ای روی کاغذ کالک به عنوان پوزیتیو؛

۴. دیسک کامپیوتری برای تهیه زینک مستقیم.

در مورد کارهای رنگی، برای هر رنگ یک نمونه گرفته می شود.

۱۹.۶. طراحی جلد

پس از مشخص شدن تعداد صفحه های کتاب، یا تعداد تقریبی آن با حدود ۵ درصد تقریب، می توان طراحی جلد کتاب را آغاز کرد، که توسط طراح جلد انجام می شود. **جلد کتاب** [book cover]، جزء پوشاننده و محافظ کتاب است که در اولین نگاه، نظر خواننده را جلب می کند. جلد کتاب، افزون بر نقش حفاظت کننده صفحه ها، حاوی اطلاعات کتابشناختی اساسی، از جمله عنوان و نام مؤلف و ناشر، و آرم ناشر نیز هست.

جلد به سه قسمت روی جلد، پشت جلد، و عطف کتاب تقسیم می شود. در فارسی، روی جلد، سمت راست، و پشت جلد، سمت چپ صفحه های کتاب قرار می گیرد؛ و در کتابهای لاتین، رو و پشت جلد برعکس فارسی است. عطف کتاب، قطر آن است چنان که وقتی کتاب را در قفسه می گذارند، رو به ناظر واقع می شود. اطلاعات اساسی کتابشناختی، شامل عنوان کتاب و نام پدیدآور، و آرم ناشر، علاوه بر روی جلد، در عطف کتاب نیز درج می شود. جلد کتاب ممکن است دارای لبه برگردان نیز باشد.

ناشران می کوشند طراحی روی جلد را هر چه جذابتر انجام دهند تا نظر

خواننده را بیشتر به آن جلب کنند. طراحی روی جلد کتاب، به ویژه استفاده درست و علمی و هنری حروف و ترکیب رنگها و ترکیب بندی نگاره شناختی، دارای اصول و شیوه‌هایی است، که اگر مراعات نشود، لطمه زیادی به فروش کتاب وارد می‌آید. از جمله اطلاعاتی که در پشت جلد یا لبه‌برگردان آن می‌آید، شرح یا توصیف ناشر [blurb] درباره موضوع و محتوای کتاب است که در چند سطر داده می‌شود، و ممکن است جنبه تبلیغاتی نیز داشته باشد. اطلاعات دیگر، مشتمل بر قیمت، شابک، و نمودار میله‌ای کتاب است. نگارش متن توصیف ناشر معمولاً به عهده پدیدآور کتاب است، اما ویراستار سازمان نیز باید آن را ویرایش و اطلاعات آن را تکمیل کند. در برخی از سازمانهای نشر، نگارش متن توصیف ناشر به عهده ویراستار مخصوصی است، که در انگلیسی *blurb writer* نامیده می‌شود. در این توصیف ممکن است از نقل قول‌های افراد و نشریات درباره چاپهای قبلی اثر نیز استفاده شود.

در مرحله طراحی جلد، همه این مطالب که برای درج بر جلد و پشت آن مورد نیاز است به طراح داده می‌شود.

اطلاعات دیگری که باید به طراح جلد داده شود موضوع و محتوا و طیف مخاطبان کتاب است، به طوری که طراح با استفاده از آن بتواند یک طرح یا تصویر جالب و معنادار طراحی کند.

قسمت اصلی کار طراحی جلد هنری است، و با زیبایی شناسی سروکار دارد، و نمی‌توان برای آن از قواعد از پیش تعیین شده‌ای استفاده کرد. اما پنج نکته تجربی مهم را که در طراحی جلد کتابهای فارسی عمومیت دارند، می‌توان ذکر کرد:

۱. یونیفورم حروف جلد،

۲. ترکیب بندی و رنگ شناسی یونیفورم طرح روی جلد،

۳. ترکیب بندی و رنگ شناسی طرح روی جلد اختصاصی،

۴. انتخاب مطالب طراحی جلد،

۵. انتخاب جنس و مواد جلد.

۱.۱۶.۶. یونیفورم حروف جلد

قلم حروف عنوان و نام پدیدآور در «روی جلد» کتاب اولاً باید دارای سبک مختص به ناشر باشد، و ثانیاً باید برای هر مجموعه آثار نشر ثابت بماند، اما در دوره‌های زمانی و برحسب گونه‌های مختلف نشر کتاب می‌تواند تغییر کند. به عبارت دیگر، اولاً برای حروف عنوان و پدیدآور در روی جلد، از حروف آماده نباید استفاده شود، و ثانیاً این حروف باید دارای یک «یونیفورم» باشد که فقط برحسب دوره زمانی، و گونه‌های نشر تغییر کند. گونه‌های نشر، با توجه به معیارهایی مانند موضوع، مخاطبان، و غیره تعیین می‌شود (به ویژه گونه‌های شش‌گانه، دوگانه، و هفت‌گانه نشر، که در فصل ۱ و ۲ تشریح شدند).

به جای طراحی حروف یونیفورم، می‌توان از روش خطاطی [خوشنویسی] استفاده کرد، که این کار نیز مشکل است، زیرا اولاً باید برای هر عنوان از مجموعه، یک بار، نگارش عنوان و پدیدآور توسط خطاط صورت بگیرد، و ثانیاً باید خطاطی مورد استفاده دارای سبک خاصی باشد که برای کل مجموعه ثابت بماند.

امروزه طراحی حروف با استفاده از نرم‌افزارهای موسوم به **ویراستار فونت** [font editor]، با سرعت و دقت مطلوب امکان‌پذیر شده است، اما به هر حال، طراحی حروف همانند نقاشی، نوعی کار هنری تخصصی محسوب می‌شود که باید توسط متخصص آن انجام پذیرد. در زمانهای قدیم، تا قبل از پیدایش «نشر رومیزی» (بخش ۲.۱)، این کار با زحمت و هزینه بسیار زیاد انجام می‌شد و به وقت زیادی نیز نیاز داشت. در آن روزگار، طراح حروف، نخست تک تک حروف را با دست طراحی می‌کرد، سپس از آنها کلیشه می‌ساخت، و پس از آزمایش نمونه‌های مختلف، دستور ساخت قالبهای حروف سربی را می‌داد. و سرانجام کارگاهها یا کارخانه‌های ریخته‌گری حروف، حروف سربی را به تعداد کافی می‌ساختند. ناشر برای نگهداری و بهره‌گیری از حروف، از جعبه‌های مخصوصی به نام «گارسه» استفاده می‌کرد، که در دسرهای فراوانی به همراه داشت...

طراحی یونیفورم حروف عنوان و پدیدآور کار آسانی نیست. کسی باید این کار را انجام دهد که دارای تحصیلات دانشگاهی در رشته حروف‌شناسی و یا دست کم در رشته گرافیک [نگاره‌سازی] باشد. همچنین، طراح حروف باید توان علمی و

هنری استفاده هنرمندانه از حروف را داشته باشد، به طوری که بتواند سبکی را در طراحی به کار گیرد که در آن، همه معیارهای ناشر در یونیفورم حروف در نظر گرفته شده باشد. مثال زیر، مشکلات طراحی یونیفورم حروف را به روشنی نشان می‌دهد.

مثال ۱۵.۶.

– یک دانش‌آموز دبیرستان که با یک نرم‌افزار ویراستار فونت آشنایی داشته باشد، اما هیچ اطلاعاتی از حروف‌شناسی و گرافیک نداشته باشد، ظرف یکی-دو ساعت می‌تواند از روی یک فونت حروف آماده، یک فونت جدید طراحی کند: کافی است در بعضی نقاط ماتریس حروف به سلیقه خود، تغییراتی اعمال کند. بدین ترتیب، سبکی در فونت حروف پدید می‌آورد که منحصر به فرد است. اما استفاده از این سبک برای ناشر هیچ ارزشی ندارد. زیرا طراح صاحب سبک مذکور، از هیچ معیار معینی برای طراحی حروف استفاده نکرده است.

به طور کلی، معیارهای طراحی یونیفورم حروف جلد را می‌توان بر سه نوع تقسیم کرد:

۱. معیارهای زیبایی‌شناختی،

۲. معیارهای بازارشناختی،

۳. معیارهای سبک‌شناختی.

که در طراحی یونیفورم حروف جلد، باید به هر سه آنها توجه شود. این سه معیار تقریباً مشابه معیارهای چهارگانه تولید (بخش ۲.۶) هستند، اما در اینجا معیار مقدار اطلاعات نقش‌چندانی ندارد، زیرا اولاً تعداد کلمات عنوان و نام پدیدآور و مطالب دیگر جلد چندان زیاد نیست، و ثانیاً اندازه حروف روی جلد به اندازه کافی بزرگ است. به عبارت دیگر، با این مشخصات، تغییر دادن حروف روی جلد نمی‌تواند تأثیر چندانی در قدرت انتقال اطلاعات آن بگذارد.

۱۶.۱.۱.۶. معیارهای زیبایی‌شناختی

به اعتقاد هگل، زیبایی یک اثر به نظم و تناسب عناصر آن است، و به اعتقاد دکارت،

زیبایی، تجسمی است از بی‌ریاترین احساسات انسان، که در قالب عناصر و کلیت یک اثر نمود پیدا می‌کند.

به طور کلی، هر ترکیبی از عناصر، که یک آرایش را تشکیل دهد که اولاً بدیع باشد، و ثانیاً آرایش و تناسب عناصر به نظر مخاطبان دلچسب و مطلوب جلوه کند، و ثالثاً راهی برای «درجه‌بندی» یا «نقد» آن وجود داشته باشد و درجه‌بندی و نقد، آن را تأیید کند، زیبا محسوب می‌شود. بدین ترتیب، ترکیبی از عناصر که «کلیشه» و تکراری نباشد، و مورد توجه عموم یا علاقمندان خاص قرار گیرد، با درجات مختلف، «زیبا» محسوب می‌شود. منظور از درجه‌بندی و نقد، آن است که وقتی اثر منتشر شد، نظر مردم و منتقدان دربارهٔ اثر جمع‌آوری و تحلیل شود. بنابر این، به عنوان مثال، درجه‌بندی اثری که زیبایی آن فقط نظر عوام را جلب کرده با درجه‌بندی اثر دیگری که نظر منتقدان را جلب کرده است تفاوت دارد. همچنین است تفاوت بین درجه‌بندی زیبایی از نظر منتقدان یک جامعهٔ بسیار متمدن و فرهنگی با یک جامعهٔ بسیار عقب‌افتاده...

به هر حال، زیبایی‌شناسی یونیفورم حروف جلد یک مجموعه، به بدیع بودن، پسند مخاطبان، و پسند منتقدان بستگی دارد. بنابر این، ناشر در سفارش طراحی یونیفورم حروف باید به طراح یا گرافیستی مراجعه کند که این سه ویژگی زیبایی‌شناسی را در نظر بگیرد.

اما مسئلهٔ مهم در این کار، «تأیید» یک یونیفورم است. ناشر هنگامی می‌تواند یونیفورم را تأیید کند که به مشاورهٔ یک منتقد برجستهٔ طراحی یا امور گرافیکی دسترسی داشته باشد. در غیر این صورت، نظر خود ناشر فقط برابر با نظر یک مخاطب معمولی است و به تنهایی هیچ ارزشی ندارد.

راه سرراست‌تر این است که ناشر، طراحی یونیفورم را به طراح یا گرافیستی بسپارد که در کارنامهٔ خود سوابق درخشانی داشته باشد، و نشان داده باشد که هیچ‌گاه حیثیت و اعتبار حرفه‌ای خود را با طراحی یونیفورم‌های کم‌ارزش به خطر نمی‌اندازد.

۲.۱.۱۶.۶. معیارهای بازارشناختی

انتخاب یونیفورم حروف جلد، علاوه بر معیارهای زیبایی‌شناختی، به معیارهای

بازارشناختی نیز بستگی دارد. گاهی برای دست یافتن به این معیارها، استفاده از تنوع در یونیفورم‌ها ضروری می‌شود. در حالی که در حروف متن داخل کتاب، خط مشی حروفچینی ایجاب می‌کند که تنوع حروف بسیار محدود و ثابت باشد، و به ویژه در دوره‌های زمانی تغییر نکند.

حروف طرح جلد کتاب، از یک سو باید جذاب باشد و در ویرتین کتابفروشی به کتاب جلوه بدهد، و از سوی دیگر باید برای ناشر تمایز ایجاد کند و تصویر حرفه‌ای [professional image] ناشر را به نمایش بگذارد. اما این نوع تمایز باید براساس مطالعات و برنامه‌ریزی مدیریت بازارشناسی سازمان ایجاد شده باشد. به عنوان مثال، با هر طراحی جدید برای یونیفورم حروف روی جلد، فروش کتابهای با یونیفورم‌های قبلی ممکن است آسیب ببیند. بنابر این، حروف جدید باید با مشورت با کارشناسان مدیریت بازارشناسی سازمان طراحی شود.

مثال ۱۶.۶.

کتابهای قطع رحلی موسوم به سری شوم، که توسط مک گرو هیل منتشر می‌شوند، حدود ۴۰ سال با یونیفورم مخصوصی منتشر شده‌اند. در چند سال اخیر مطالعات بازارشناختی مخصوصی انجام داده‌اند تا یونیفورم آن را تغییر دهند و چند یونیفورم تازه را نیز آزمایش کرده‌اند. یونیفورم اصلی سری شوم بسیار ارزشمند بوده، به طوری که در فروش و معروفیت سری تأثیر بسیار داشته است.

متن توصیف ناشر در پشت جلد نیز می‌تواند با حروف متنوع و متناسب با بقیه حروف طرح روی جلد انجام پذیرد و لزومی ندارد که قلم حروف آن با قلم حروف متن یکسان باشد.

۳.۱۶.۶. معیارهای سبک‌شناختی

سبک ویژه در طراحی حروف فارسی با تغییر دادن هریک از مشخصات حروف فارسی به دست می‌آید. حداقل ۲۵ مشخصه مهم در حروف فارسی وجود دارد که تغییر دادن یک یا چند مورد از آنها می‌تواند به آفرینش سبک‌های بی‌شمار منتهی شود. این مشخصه‌ها عبارت‌اند از:

نژاد حروف، خانواده حروف، ضخامت بیشینه، ضخامت کمینه، ارتفاع متوسط، عرض متوسط، بالازدگی، پایین زدگی، خط کرسی، نسبت اندازه افقی گروههای ۱۱ گانه حروف فارسی، نسبت اندازه عمودی گروههای ۱۱ گانه حروف فارسی، سریف فارسی، تیزی نوک حروف، تیزی میانی حروف، گردبودگی، ضخامت میانی حروف، شیب حروف، کرنینگ [kerning] نقطه‌ها، کرنینگ اعراب، کرنینگ افقی، کرنینگ عمودی، سفیدی [blank] بین کلمه‌ای، سفیدی تهی، تضادهای حروف شناختی، و انتخابهای آزاد.

پس از طراحی فونت، طراح می‌تواند آن را در کامپیوتر ذخیره کند و به طور خودکار، اندازه‌های دیگر فونت‌ها را به دست بیاورد. نرم‌افزار ویراستار فونت به دو طریق می‌تواند کار کند:

۱. حرکت مکان‌نما در ماتریس حروف، و سفید یا سیاه کردن هر نقطه؛
۲. انتخاب اعداد برای هریک از ۲۵ مشخصه، از میان اعداد گستره‌های متناظر.

که روشن است که هر شخص ناآشنا با طراحی نیز می‌تواند با نرم‌افزار کار کند و به سبک‌های مختلف و منحصر به فرد دست یابد. حتی با طراحی تصادفی با استفاده از اعداد تصادفی متناظر با ۲۵ مشخصه نیز سبک‌های مختلف و منحصر به فرد خلق می‌شود. اما بدیهی است که ناشر، به فونت‌هایی نیاز دارد که براساس معیارهای زیبایی شناختی و بازار شناختی طراحی شده باشند.

هر طراح یا گرافیستی پس از طراحی حروف می‌تواند نام دلخواهی برای فونت حروف خود بگذارد و پس از نشر آن از طریق جلد یک یا چند کتاب، مدعی شود که نشرانه حروف به وی تعلق دارد. قانون نشرانه نیز باید بتواند حقوق طراح را تضمین کند. البته ناشر نیز در زمان قرارداد یا سفارشنامه طراح یونیفورم حروف می‌تواند طراح را ملزم سازد که نشرانه حروف را به ناشر واگذار کند (مسئله copyright assignment).

۲.۱۶.۶. ترکیب‌بندی و رنگ‌شناسی یونیفورم طرح روی جلد

قسمتی از یونیفورم طرح روی جلد، مربوط به حروف‌شناسی آن است که تشریح شد. قسمت دیگر، ترکیب‌بندی اجزای طرح، و گرافیک تصاویر و خطوط آن است. این قسمت از طراحی را نیز می‌توان بر سه مقوله تقسیم کرد:

۱. ترکیب‌بندی و نسبت حروف،

۲. ترکیب‌بندی و گرافیک یونیفورم جلد،

۳. رنگ‌شناسی در گرافیک جلد.

۲.۱۶.۶.۱. ترکیب‌بندی و نسبت حروف

انتخاب اندازه حروف و مکان عنوان نسبت به اندازه و مکان نام پدیدآور باید با مشورت یا تأیید ویراستار سازمان انجام پذیرد. این انتخاب می‌تواند معانی مختلفی داشته باشد. مثلاً در طرح جلد یک کتاب داستان، اگر نویسنده خیلی معروف باشد، نام وی را با حروف درشت و بالاتر از عنوان کتاب می‌آورند.

در مرتبه بعدی، نحوه درج عنوان و نام پدیدآور در عطف کتاب، و درج مطلب توصیف پشت جلد است که امکان مانور در آنها چندان زیاد نیست، اما این عناصر نیز باید با بقیه اجزای طرح جلد هماهنگ شوند.

۲.۱۶.۶.۲. ترکیب‌بندی و گرافیک یونیفورم جلد

همه اصول و معیارهای طراحی یونیفورم حروف در مورد طراحی گرافیک یونیفورم جلد نیز صدق می‌کنند. در این قسمت نیز مسائل زیبایی‌شناسی، بازارشناسی، و سبک‌شناسی وجود دارد.

استفاده از یونیفورم‌های ناشران دیگر، و استفاده از طرحهای آماده که در کتابهای مختلف و نرم‌افزارهای بانک تصویر موسوم به clip art وجود دارد، برای درج در یونیفورم جلد در شأن یک ناشر معتبر نیست. ناشر باید از طراح بخواهد که خود به ابداع دست زند و طرحهای بدیع و اوریجینال خلق کند. البته در طراحی، گرفتن ایده از طرحهای آماده مسئله‌ای ایجاد نمی‌کند.

طرح یونیفورم جلد ممکن است نیاز به ترسیم یک تابلوی نقاشی، عکاسی از یک صحنه، و غیره داشته باشد، که طراح باید آنها را تهیه کند. اما معمولاً گرافیک

یونیفورم جلد، یک طرح بسیار ساده است، تا امکان درج گرافیک‌های احتمالی طرح‌های تک‌تک عنوان‌های مجموعه وجود داشته باشد.

۳.۲.۱۶.۶. رنگ‌شناسی در گرافیک جلد

استفاده از تنوع رنگ‌ها در طرح روی جلد می‌تواند به جلد زیبایی و تشخیص بدهد. اما این انتخاب نیز کار ساده‌ای نیست، و نیاز به تخصص دارد. اگر طراح در رنگ‌شناسی متخصص باشد، می‌تواند خود، با خلاقیت خود، یک یا دو یا چند رنگ مناسب برای یونیفورم جلد انتخاب کند.

راه دیگر، که آسانتر است، این است که طراح جلد از یک طرحواره رنگ [color scheme] آماده و تأییدشده استفاده کند. طرحواره رنگ (بخش ۱۲.۶) مجموعه‌ای است از دو یا چند رنگ، که با اندازه‌های معین پوشش سطح در یک طراحی به کار برده شده‌اند، و انتخاب نوع و اندازه‌ها به نحو استاندارد صورت گرفته است: مثلاً دو رنگ زرشکی و حنایی، که هریک ۲۰ درصد سطح را گرفته‌اند به علاوه ۵۰ درصد سفید زمینه و ۱۰ درصد سیاه متن، یک طرحواره رنگ چهاررنگی محسوب می‌شود. (البته در اینجا، منظور از درصد رنگ، درصد پوشش سطح صفحه است، و مسئله درصد رنگ، به معنای درصد سیری و روشنی مسئله دیگری است.)

انتخاب دو پارامتر مجموعه رنگ‌ها و درصد تقریبی پوشش هریک در سطح صفحه، جزو مهمترین مسائل طراحی است، که از یک سو می‌تواند به طرح ارزش هنری بدهد و از سوی دیگر، می‌تواند با برجسته‌نمایی برخی از مفاهیم، اطلاعات موجود در طرح را بالا ببرد. مثالهای زیر اهمیت و کاربردهای دو پارامتر فوق را تشریح می‌کنند.

مثال ۱۷.۶.

در طرح یک آگهی تبلیغاتی، از رنگ‌های گرم قرمز و زرد و رنگ خنثای خاکستری، هریک حدود ۱۰ درصد، برای تصاویر، و رنگ خنثای سیاه برای نوشته‌ها، حدود ۱۰ درصد، استفاده شده است. بقیه سطح صفحه یا زمینه، شامل ۶۰ درصد، سفید است. این مجموعه رنگ‌ها و درصد پوشش آنها توسط یک طراح حرفه‌ای انتخاب شده است. یک طراح غیر حرفه‌ای

می‌تواند همین مجموعه و درصدها را عیناً برای طراحی یک جلد کتاب به کار برد. اما یک طراح حرفه‌ای می‌تواند در آنها تغییراتی اعمال کند تا به منظور خاصی دست یابد.

از آنجا که تعداد رنگها نسبتاً زیاد است، و به ویژه تعداد ترکیبات رنگها از اعداد نجومی هم بیشتر است، نمی‌توان تصور کرد که مرجعی برای طرحواره‌های رنگ وجود داشته باشد. اما در برخی از نرم‌افزارها تعدادی طرحواره رنگ، مثلاً چندصد یا چندهزار، وجود دارد که به طور استانداردای انتخاب شده‌اند و برای اغلب کاربردهای معمولی قابل استفاده هستند. به عنوان نمونه، نرم‌افزار *Publisher* محصول میکروسافت، دارای نمونه‌های زیادی از طرحواره‌های رنگ است که برای طراحی غیرحرفه‌ای اما با کیفیت و ارزش هنری قابل قبول به کار می‌رود. کاربر می‌تواند هریک از نمونه‌ها را برای طراحی خود آزمایش کند و یکی را برای طرح نهایی برگزیند.

در طراحی جلد، پارامتر مهم دیگری نیز وجود دارد که آن موضوعیت است. برخی از مطالب و قسمت‌های طرح دارای معنا و اهمیت و تأکید خاصی هستند و انتخاب رنگ برای آنها به موضوعیت مفاهیم بستگی دارد. ممکن است در یک طرحواره رنگ، برای هریک از رنگها، یک تأکید یا اصطلاحاً یک *accent* نیز نسبت داده باشند. در این صورت، طراح می‌تواند موضوعات و مفاهیم موجود در طرح را از نظر تأکید و اهمیت دسته‌بندی کند و سپس به آنها رنگ اختصاص دهد.

۳.۱۶.۶. ترکیب‌بندی و رنگ‌شناسی طرح روی جلد اختصاصی

طرح روی جلد ممکن است به طور کاملاً اختصاصی طراحی شود. در این صورت نیز لازم است همه اصول و معیارهای طراحی یونیفورم به کار گرفته شوند. نیز ممکن است فقط قسمتی از طرح روی جلد، مثلاً افزودن یک تصویر کوچک، به طور اختصاصی طراحی شود و بقیه آن از روی یونیفورم‌های موجود ناشر انتخاب گردد. در هر دو حالت فوق، طراح باید معیارهای زیبایی‌شناختی، بازارشناختی، و سبک‌شناختی را در طرح خود در نظر بگیرد و برای تک‌تک انتخابها و ابداعاتی

خود استدلال قابل قبولی ارائه بدهد. ناشر نیز باید راهی برای نقد طرح روی جلد، قبل یا بعد از چاپ داشته باشد تا اعتبار کار طراح را بسنجد. یکی از معیارهای طراحی اختصاصی جلد، این است که اگر از آنها عکس گرفته و در کنارهم قرار داده شود، مجموعه طرحهای جلدها جلوه زیبا و جذابی پیدا کند. تصویر این طرحها که در بروشور یا کاتالوگ ناشر می آید، و یا مجموعه کتابها که در قفسه فروش در کتابفروشی یا نمایشگاه کتاب قرار داده می شوند، باید مجموعاً شخصیت و تصویر حرفه ای ناشر را به نمایش بگذارند.

۴.۱۶.۶. انتخاب مطالب برای طراحی جلد

تعیین و نگارش مطالب طراحی جلد مسئله بسیار حساسی است و معمولاً در فروش کتاب تأثیر قابل توجهی دارد.

انتخاب عنوان که براساس «استراتژی عنوان» صورت می گیرد، جزو مهمترین مسائل برنامه نشر است که حتی ممکن است در زمان طراحی جلد و یا حتی پس از اتمام آن نیز تغییر کند. برای مثال، انتخاب یک عنوان بد برای یک کتاب پرفروش می تواند حتی فروش کتاب را تقریباً متوقف سازد.

پس از عنوان، و نام پدیدآور که در روی جلد می آید، مطلب «توصیف پشت جلد» است که باید براساس معیارهای مختلف چکیده نویسی و توصیه های مدیریت بازارشناسی سازمان نوشته شده و در دسترس طراح قرار گرفته باشد. مطالب دیگر جلد نیز به همین ترتیب و با دقت باید نوشته و به طراح داده شوند.

۵.۱۶.۶. جنس و مواد جلد

جلد اغلب کتابها یکی از دو نوع جلد شمیز و گالینگور است. معمولاً جلد گالینگور دارای روکش کاغذی است که طرح روی جلد آن با طرح روی جلد شمیز تفاوت خاصی ندارد.

انتخاب نوع و جنس جلد جزو مسائل بازارشناسی نشر است و معیارهای کلی قابل ذکر ندارد.

۲۰.۶. سفارشنامه چاپ

تدوین سفارشنامه چاپ ممکن است یا مستقیماً به عهده مدیریت تولید باشد و یا مدیریت تولید موظف باشد که پیش‌نویس آن را تهیه کند و به مدیریت اداری-مالی ارائه دهد. در هر حال، در تنظیم سفارشنامه چاپ، مسائل مربوط به صفحه‌آرایی نیز باید مورد توجه قرار داده شوند. تدوین سفارشنامه چاپ یکی از مباحث «چاپ» است و جزو هدفهای کتاب حاضر نیست.

۲۱.۶. پی‌گیری چاپ

آخرین گام تولید، پی‌گیری چاپ است که به یکی از دو صورت زیر انجام می‌شود:

۱. توسط ویراستار سازمان،

۲. توسط ناظر چاپ.

اصولاً کارهای ساده نیاز زیادی به نظارت بر چاپ ندارند، و ویراستار سازمان به سادگی می‌تواند از عهده پی‌گیری آن برآید. اما پی‌گیری چاپ کارهای دقیق و هنری به یک ناظر چاپ متخصص نیاز دارد که بتواند دقت و صحت چاپ را تشخیص دهد. به عنوان مثال، ناظر چاپ باید با ترکیب رنگها و انواع مرکب آشنایی داشته باشد، و بتواند با یک نظر دقت ترکیب و چاپ رنگها را تشخیص دهد، که این آشنایی مستلزم طی دوره‌های تخصصی نظارت بر چاپ و کار عملی در چاپخانه و تجربه فراوان است. پی‌گیری چاپ یکی از مباحث «چاپ» است و جزو هدفهای کتاب حاضر نیست.

پیوست الف

نمونه‌هایی از انواع قلم حروف فارسی و لاتین

۸ پونط نازک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۸ پونط نازک ایرانیک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۸ پونط سیاه : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۰ پونط نازک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۰ پونط نازک ایرانیک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۰ پونط سیاه : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۲ پونط نازک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۲ پونط ایرانیک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۲ پونط سیاه : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۲ پونط سیاه ایرانیک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۲ پونط سیاه‌تر : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط نازک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط ایرانیک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط سیاه : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط سیاه‌تر : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط سیاه ایرانیک : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line: normal point 8

This is a sample line: bold point 8

This is a sample line: normal point 10

This is a sample line: bold point 10

This is a sample line: italic point 10

This is a sample line: normal point 12

This is a sample line: normal bold point 12

This is a sample line: normal bolder point 12

This is a sample line: italic point 12

This is a sample line: bold italic point 12

This is sample line: bolder italic point 12

This is a sample line: normal serif point 12

This is a sample line: normal sans-serif point 12

This is a sample line: normal point 14

This is a sample line: normal bold point 14

This line: normal bolder point 14

This is a sample line: italic point 14

This is a sample line: bold italic point 14

This line: bolder italic point 14

This is a sample line: normal serif point 14

This is a sample line: normal sans-serif point 14

پیوست ب

نمونه‌هایی از انواع اندازه حروف فارسی و لاتین

۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 8

۹ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 9

۱۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 10

۱۱ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 11

۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 12

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 14

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 16

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line set in point 18

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is sample line set in point 20

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل

This sample line set in point 22

۲۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش

This sample line in point 24

۲۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا

This line is set in point 26

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا

This set in point 28

۳۶ پونط: توانا بود هر که دانا

This is in point 36

۴۸ پونط: توانا بود هر

This point 48
The bold 48

۷۲ پونٹ نازک

۷۲ سیاہ

Point 72

Bold 72

Bolder

72

پیوست پ

نمونه‌هایی از انواع خانواده‌های حروف فارسی و لاتین

خانواده زر فارسی (اصلاح‌شده توسط نگارنده)

۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانواده آریال فارسی (اصلاح‌شده توسط نگارنده)

۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

- ۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
 ۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل
 ۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش
 ۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانوادهٔ تایمز رومن ویندوز فارسی

- ۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
 ۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل
 ۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش
 ۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانوادهٔ یاقوت فارسی (اصلاح‌شده توسط نگارنده)

- ۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا
 ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر

۲۰ پونط: توانا بود هرکه دانا بود / ز دانش دل

۲۲ پونط: توانا بود هرکه دانا بود / ز دا

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بو

خانواده لوتوس فارسی (اصلاح شده توسط نگارنده)

۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانواده نازنین فارسی

۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

- ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا
 ۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
 ۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل
 ۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز

خانوادهٔ نیلوفر ایرانیک فارسی (طراحی شده توسط نگارنده)

- ۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
 ۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل
 ۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش
 ۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانوادهٔ میترا فارسی

- ۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش

خانوادهٔ ایرانیک شفاء عربی

۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانوادهٔ فردوسی فارسی

- ۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۱۴ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۱۶ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۱۸ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۲۰ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۲۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
- ۲۸ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دا

خانوادهٔ کامپ ست فارسی

- ۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۱۴ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۱۶ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
- ۱۸ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا
- ۲۰ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل دل
- ۲۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا

خانواده توفیق ایرانیک عربی

۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر

۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا

خانواده ترافیک فارسی

۱۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل

۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش د

۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا
۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بو

خانوادهٔ رویا فارسی

۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل
۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش
۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود

خانوادهٔ نسترن فارسی (طراحی شده توسط نگارنده)

۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

- ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا
 ۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
 ۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا

خانواده زر سیاه فارسی

- ۱۲ پونط : توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۴ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود
 ۱۶ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا
 ۱۸ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر
 ۲۰ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دانش
 ۲۲ پونط: توانا بود هر که دانا بود / ز دا
 ۲۸ پونط: توانا بود هر که دانا بو

خانواده اریال (مشابه هلوتیکا) ویندوز لاتین

This is a sample line that is set in point - 12
 This is a sample line that is set in point - 14
 This is a sample line that is set in point - 16
 This sample line that is set in point - 18
 This sample line set in point - 20
 This is a line set in point - 22
This sample in point – 28

خانواده: تایمز رومن ویندوز لاتین

This is a sample line that is set in point - 10
 This is a sample line that is set in point - 12
 This is a sample line that is set in point - 14
 This is a sample line that is set in point - 16
 This is sample line that is set in point - 18
 This is a sample line set in point - 20
 This sample line set in point - 22
This sample in point – 28

خانواده: بایسکرویل فرانسوی لاتین

THIS IS A SAMPLE LINE THAT IS SET IN POINT - 10
 THIS IS SAMPLE LINE THAT IS SET IN POINT - 12
 THIS IS A LINE THAT IS SET IN POINT - 14

THIS SAMPLE LINE SET IN POINT - 16
 THIS IS A LINE SET IN POINT - 18
 THIS LINE IS SET IN POINT - 20
 THIS IS SET IN POINT - 22
 THIS IS IN POINT - 28

خانواده: کوریر لاتین

This is a sample line that is set in point - 10
 This sample line that is set in point - 12
 This line that is set in point - 14
 This sample set in point - 16
 This sample in point - 18
 This line in point - 20
 This line in point - 22
 This in point - 28

خانواده: مریام وبستر لاتین

This is a sample line that is set in point - 10
 This is a line that is set in point - 12
 This line that is set in point - 14
 This is a line set in point - 16

This line set in point - 18
 This line set in point - 20
 This line in point - 22
 This is point - 28

خانواده: Old English لاتین

This is a sample line that is set in point - 10
 This is a sample line that is set in point - 12
 This is a sample line that is set in point - 14
 This is a sample line that is set in point - 16
 This is sample line that is set in point - 18
 This is a sample line set in point - 20
 This sample line set in point - 22
 This sample in point - 28

خانواده: راک ول لاتین

This is a sample line that is set in point - 10
This is a sample line that is set in point - 12
This is a sample line that is set in point - 14
This is a sample line that is set in point - 16
This sample line is set in point - 18

This sample line set in point - 20

This sample set in point - 22

This sample point – 28

خانواده: پور ریچارد لاتین

This is a sample line that is set in point - 10

This is a sample line that is set in point – 12

This is a sample line that is set in point - 14

This is a sample line that is set in point - 16

This is a sample line set in point - 18

This is a sample set in point - 20

This sample line set in point - 22

This sample in point – 28

خانواده: سنتاور لاتین

This is a sample line that is set in point - 10

This is a sample line that is set in point – 12

This is a sample line that is set in point - 14

This is a sample line that is set in point - 16

This sample line that is set in point - 18

This is sample line set in point - 20

This sample line set in point - 22

This sample in point – 28

پیوست

نمونه‌هایی از انواع نژادهای حروف فارسی و لاتین

نژاد کتابی

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود | ز دانش دل

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر

This is a sample line in type races

This is a sample line in type races

This is a sample line in type races

This is a sample line in type races

نژاد: ماشین تحریری

This is a sample line in type races

This is a sample line in type races

نژاد: دستخطی

This is a sample line in type races

This is a sample line in type races

This is a sample line in type races

نژاد: فانتزی

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

This is a sample line that shows a type race

This sample line shows a type race

This sample line shows a type race

This sample line shows a type race

This sample line shows a type race

This sample line shows a type race

نژاد: عربی

نولنا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا بود

کلا بی لچئی کا ضییم تمکل نمین شر نمصه شر تهپهلم نمجنر کا تج کلا له یحما

توانا بود هر که دانا بود / ز دانش دل پیر برنا

پیوست ث

جدول علامت گذاری نمونه خوانی در انگلیسی

<i>wf</i>	Wrong font (size or style of type)
<i>lc</i>	Lower Case letter
<u>c</u>	capital letter
<i>caps</i>	SET IN capitals
<i>caps + lc</i>	Lower Case with Initial Caps
<i>sm caps</i>	SET IN <u>small caps</u>
<i>caps + s.c</i>	SMALL CAPITALS WITH INITIAL CAPITALS
<i>rom</i>	Set in (<u>roman</u>) type
<i>ital</i>	Set in <u>italic</u> type
<i>L.F</i>	Set in (<u>lightface</u>) type
<i>bf</i>	Set in <u>boldface</u> type
<i>bf ital</i>	Boldface italic
<i>sup</i>	Superior letter or figure ^b
<i>sub</i>	Inferior letter or figure ₂
<i>¶</i>	Begin a paragraph
<i>no ¶</i>	No paragraph
<i>run in</i>	Run in or run on
<i>^ the</i>	Caret. Insert marginal addition
<i>for &</i>	Dele. Take out (delete)
<i>and</i>	Delete <u>and</u> close up
<i>e/</i>	Correct latter or word marked

<i>stc</i>	Let it stand—(all matter above dots)
]	Move to right]
[	[Move to left
┘	Lower (letters <u>or</u> words)
┐	Elevate (letters <u>or</u> words)
≡	<u>Str</u> aighten line (horizontally)
	Align type (vertically)
<i>tr</i>	Transpose (order <u>letters</u> <u>of</u> or words)
⊂	Close up en <u>tirely</u> ; take out space
✱	Insert space <u>^</u> (or more space)
□	Em quad (mutton) space or indention
⊙	Insert period
↗ or ,/	Insert comma
⊙ or :/	Insert colon
;/	Insert semicolon
↘ or ' /	Apostrophe or 'single quote'
✓/✓	Insert quotation marks
-/ or =/	Insert hyphen
(/)	Insert parentheses
×	Replace broken or imperfect type
9	Reverse (upside down type or cut)
Ⓢ	Spell out (twenty <u>gr.</u>) <i>grains</i>

کتابنامه

۱. کتابنامه فارسی

- آذرنگ، عبدالحسین، آشنایی با چاپ و نشر، سمت، ۱۳۷۵.
- ادیب‌سلطانی، میرشمس‌الدین، راهنمای آماده‌سازی کتاب، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۵.
- ، درآمدی بر چگونگی شیوه خط فارسی، امیرکبیر، ۱۳۵۴.
- حسابی، محمود، وندها و گهوازه‌های فارسی، جاویدان، ۱۳۶۸.
- رجایی، محمدخلیل، معالم البلاغه در علم معانی و بیان و بدیع، دانشگاه شیراز، ۱۳۴۰.
- رزمجو، حسین، انواع ادبی، آستان قدس رضوی، ۱۳۷۲.
- سپانلو، محمدعلی، نویسندگان پیشرو ایران، نگاه، ۱۳۷۱.
- شمیسا، سیروس، انواع ادبی، فردوس، ۱۳۶۹.
- ، معانی و بیان، دانشگاه پیام نور، ۱۳۷۰.
- صافی، قاسم، از چاپخانه تا کتابخانه (ویراست دوم)، دانشگاه تهران، ۱۳۶۸.
- طباطبایی، محمد، فرهنگ اصطلاحات صناعات ادبی، آستان قدس رضوی، ۱۳۶۸.
- محمدی‌فر، محمدرضا، آشنایی با مدرک‌شناسی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۹.
- آشنایی با مدیریت نشر، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱.
- آشنایی با مرجع‌شناسی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱.
- آشنایی با نشر، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱.
- راهنمای نویسندگان، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱.
- فرهنگ تبلیغات، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷.
- فرهنگ جامع مرجع‌شناسی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی، ۱۳۷۶.

--- فرهنگ یکاهای اندازه‌گیری، مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۷۶.

--- «زبان و اطلاعات»، مجله زبان‌شناسی، زمستان ۱۳۶۸.

موحد، ضیاء، درآمدی به منطق جدید، انقلاب اسلامی، ۱۳۶۸.

میرصادقی، جمال و میمنت میرصادقی (ذوالقدر)، فرهنگ داستان‌نویسی، نیلوفر، ۱۳۷۸.

همایی، جلال‌الدین، صناعات ادبی، مطبوعاتی علمی، ۱۳۴۰.

نجفی، ابوالحسن، غلط‌نویسیم (ویراست دوم)، مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۷۰.

---، مبانی زبان‌شناسی، نیلوفر، ۱۳۷۶.

یا حقی، محمدجعفر و محمدمهدی ناصح، راهنمای نگارش و ویرایش، آستان قدس رضوی،

۱۳۷۶.

۲. کتابنامه لاتین

Abrams, M. H., *A Glossary of Literary Terms*, Rinehart, 1970.Chicago, *The Chicago Manual of Style* (14th ed.), Prentice-Hall of India, 1993.Collin, P., *Dictionary of Printing and Publishing*, Peter Collin Publishing, 1989.Crystal, David, *Cambridge Encyclopedia of Language*, Cambridge, 1987.Cuddon, J. A., *A Dictionary of Literary Terms*, Peinguin, 1979.Fowler, H. W., *A Directory of Modern English Usage*, Oxford, 1965.Garner, Bryan A., *A Dictionary of Modern American Usage*, Oxford, 1998.Garnham, Alan and Jane Oakhill, *Thinking and Reasoning*, Blackwell, 1994.James, Henry, *The Art of the Novel*, New England University, 1984.Lemon, E. J., *Beginning Logic*, Nelson University, 1965.Nolt, John and Dennis Rohatyn, *Schaum's Outline of Logic*, McGraw-Hill, 1988.Salkie, Raphael, *Text and Discourse Analysis*, Routledge, 1995.

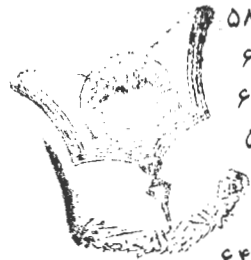
نمایه

- آماده‌سازی مدرک، ۵۵۱، ۵۵۲
 ارتفاع متن، ۵۵۳، ۵۵۴
 اریال، ۵۴۶
 استانداردهای سازمان، ۶۰۲
 اصل استانداردهای سازمان نشر، ۵۴۷
 اصل زیبایی‌شناسی، ۵۴۶
 اصل مقدار اطلاعات، ۵۴۴
 اصل ویژگیهای سبک‌شناختی، ۵۴۹
 اصول تولید، ۵۴۴
 اقتصاد نشر، ۵۴۷، ۵۴۸
 انتخاب مطالب جلد، ۶۵۹
 انتقال اطلاعات، ۵۴۵
 اندازه حروف، ۵۷۰، ۵۷۲
 انواع شیب، ۵۷۱
 انواع قلم، ۵۷۰
 انواع نمونه، ۶۲۸
 ایتالیک، ۵۷۴
 ایستاده، ۵۷۰
 بازارشناسی، ۵۵۰
 بازیابی املا، ۶۴۳
 بازیابی دستور زبان، ۶۴۳
 بالازده، ۵۴۵، ۵۶۰
 برگه شیوه، ۵۴۸
 برنامه تولید، ۵۴۸
 پاراگراف، ۶۰۷
 پارامترهای تنظیم صفحه، ۵۵۲
 پاصفحه، ۶۰۱
 پایکا، ۵۷۲
 پایکای استاندارد، ۵۵۷
 پایگاه اینترنت، ۵۴۳
 پایه حروف، ۵۵۶
 پایه حروف در نشر الکترونیکی، ۵۶۷
 پایین‌زده، ۵۴۵، ۵۶۰
 پدیدآوری، ۵۵۰
 یونط، ۵۵۷، ۵۷۲
 پیغام اصلاحات پدیدآور، ۶۳۲
 پیغام خطاهای حروفچین، ۶۳۲
 پیغام سوال از پدیدآور، ۶۳۲
 پی‌گیری چاپ، ۵۵۱، ۶۶۰
 بی‌نوشت، ۵۸۲
 تحریر، ۶۲۵
 تحریر تیترو سطر، ۵۹۲
 تحریر تیترو وسط - چین، ۵۹۱
 تحریر وسط - چین، ۵۹۱
 ترکیب‌بندی جلد، ۶۵۸
 ترکیب‌بندی حروف، ۶۵۶

- ترکیب‌بندی یونیفورم جلد، ۶۵۶
تصحیح، ۶۲۶
تعداد صفحه‌های کتاب، ۶۲۴
تعیین حروف، ۵۶۷
تعیین فرمت صفحه، ۵۵۱، ۵۵۲
تنوع اندازه حروف، ۵۸۴
توزیع، ۵۵۰
تولید، ۵۴۷، ۵۵۰
تولید رسانگان، ۵۴۳
تهیه تصاویر، ۵۵۱، ۶۴۳
تیتیر سرسطری، ۵۹۲
تیتیر وسط - چین، ۵۹۱
جایگاه تیتیر، ۵۹۱
جایگاه عنوان، ۵۹۱
جدول، ۶۱۰
جلد کتاب، ۶۴۹
جنس و مواد جلد، ۶۵۹
چاپ، ۵۵۰
حاشیه بالا، ۵۵۵
حاشیه پایین، ۵۵۵
حاشیه چپ، ۵۵۵
حاشیه راست، ۵۵۵
حروف، ۵۶۸
حروف ایتالیک متن، ۵۸۰
حروف ایرانیک متن، ۵۸۰
حروف پیرامنتی، ۵۸۲
حروف‌چینی، ۵۵۱، ۵۶۸
حروف درسنامه، ۵۸۸
حروف دستنامه، ۵۸۸
حروف سیاه متن، ۵۸۰
حروف‌شناسی، ۵۶۸، ۶۳۹
حروف‌شناسی متن، ۵۷۸
حروف کتابهای داستان، ۵۸۹
حروف کتابهای شعر، ۵۹۰
حروف کتابهای مرجع، ۵۸۸
حروف متن، ۵۷۹، ۵۸۱
حروف نازک متن، ۵۷۹
حروف نمایش‌نما، ۵۸۳
خانواده حروف، ۵۶۹
خبر، ۶۲۵
خبر تحریر شده، ۶۲۵
خبر ویرایش شده، ۶۲۶
خطوط مرزی، ۶۱۵
درج جدول، ۶۱۰
درج شکل، ۶۱۰
درسنامه، ۵۸۷
دستنامه، ۵۸۷
رسانگان، ۵۴۳
رنگانش، ۶۴۴
رنگ‌شناسی جلد، ۶۵۷، ۶۵۸
روان‌شناسی قرائت، ۵۴۵
روشهای مقابله، ۶۳۹
روشهای نمونه‌خوانی، ۶۲۸
رویه تولید، ۵۵۰
زائده‌دار، ۵۴۶
زیبایی‌شناسی، ۶۰۲
سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و
ارشاد اسلامی، ۵۴۸
سازمان نشر، ۵۴۷
سرفصله، ۵۸۲، ۶۰۱
سیریف، ۵۷۷
سطح برنامه‌ریزی، ۵۴۷
سطح سیاست‌گذاری، ۵۴۷
سطح طرح‌ریزی، ۵۴۷

- سفارشاتنامه چاپ، ۵۵۱، ۶۶۰
 سفیدی بالای صفحه، ۶۱۷
 سیاست گذاری، ۵۴۷
 سیاه، ۵۷۰، ۵۷۵، ۵۸۰
 سیاهتر، ۵۷۰، ۵۷۵
 سیسرو، ۵۷۲
 شرح شکل، ۶۱۲
 شکل، ۶۱۰
 شکلواره، ۶۱۹
 شیب، ۵۷۱
 شیب حروف ایرانیک، ۵۸۵
 شیوه نامه، ۵۴۸
 صفحه آرایی، ۵۵۱، ۶۴۵
 صفحه آغاز فصل، ۶۱۶
 صفحه وب، ۵۴۳
 طراحی جلد، ۵۵۱، ۶۴۹
 طرح ریزی، ۵۴۷
 طرحواره، ۶۱۸
 طرحواره تولید، ۶۱۸
 طرحواره های حروفچینی، ۵۸۳
 عرض متن، ۵۵۳
 عرض متن، ۵۵۴
 علامت گذاری نمونه خوانی، ۶۳۳
 علامت گذاری نمونه های چاپی، ۶۳۳
 علامت گذاری نمونه های درون کاشتی، ۶۳۷
 علامت گذاری نمونه های ویزی و بیگ، ۶۳۸
 علامتهای پیغام، ۶۳۲
 علامتهای عملیاتی، ۶۳۲
 علامتهای غلط گیری، ۶۳۲
 علامتهای نقطه گذاری، ۶۳۲
 عناصر فرمت سرصفحه، ۶۰۲
 غیرداستان، ۵۹۰
 فاصله بندی اجزا، ۶۱۶
 فاصله بندی جدول، ۶۱۷
 فاصله بندی سرصفحه و پاصفحه، ۶۱۸
 فاصله بندی شکل، ۶۱۷
 فاصله بین حروف، ۵۸۶
 فاصله بین سطرها، ۵۵۶
 فاصله بین کلمات، ۵۸۶
 فاصله سفیدی تیتیر، ۶۱۷
 فاصله سفیدی سوتیتیر، ۶۱۷
 فاصله سوتیتیر فرعی، ۶۱۷
 فرمت پاصفحه، ۶۰۱
 فرمت جدول، ۶۱۳
 فرمت سرصفحه، ۶۰۱
 فرمت شکل در صفحه، ۶۱۱
 فونت، ۵۶۸
 قاعده پایه حروف، ۵۵۸، ۵۶۲
 قاعده فاصله بین سطرها، ۵۵۸
 قرائت متن، ۶۴۳
 قطع کتاب، ۵۵۴
 قلم، ۵۷۰
 قلم حروف، ۵۷۰
 قواعد تولید، ۵۴۹
 کالبدشناسی مدرک، ۵۵۲
 کتاب داستان، ۵۸۹
 کتاب شعر، ۵۹۰
 کتاب غیرداستان، ۵۹۰
 کتاب مرجع، ۵۸۸
 گرافیک تصویر، ۶۴۴
 گرافیک یونیفورم جلد، ۶۵۶
 گروه حروف پیرامنتی، ۵۸۲
 گروه حروف متن، ۵۷۹

- گروه حروف نمایش‌نما، ۵۸۳
گونه‌های نشر، ۵۸۷
لایبی اضافی، ۶۱۵
ماشین تحریر، ۶۲۵
مایل، ۵۷۰، ۵۷۴
متن خوان، ۶۴۱
مدیریت، ۵۴۷
مدیریت آرشیو، ۶۴۴
مرزهای شکل و جدول، ۶۱۴
مسائل نشرانه، ۵۵۱، ۶۴۴
مشخصات اساسی حروف، ۵۶۹
مشخصات کامل حروف، ۵۷۳
مشخصه پاراگراف، ۶۰۷
مطالب جلد، ۶۵۹
مطلب، ۶۲۵
معیارهای اقتصاد نشر، ۵۴۷
معیارهای پنج‌گانه پایه حروف، ۵۶۰
معیارهای ثابت تولید، ۵۴۷
معیارهای سبک‌شناختی، ۶۵۴
معیارهای مدیریت، ۵۴۷
مقابله، ۶۳۹
مقابله پسر، ۶۴۲
مقابله چندگانه، ۶۴۱
مقابله دونفره همگام، ۶۴۱
مقابله ساده، ۶۴۰
مقابله سهمیه‌ای، ۶۴۰، ۶۴۱
مقدار اطلاعات، ۵۴۴، ۵۴۵، ۵۴۶، ۶۰۲
میزبانی وب، ۵۵۱
میلی‌متر، ۵۵۷
نازک، ۵۷۰
نحیف، ۵۷۵
نژاد حروف، ۵۷۷
نسبت حروف، ۶۵۶
نسخه، ۶۲۵
نشانه‌های نمونه‌خوانی، ۶۳۱
نشر وب، ۵۵۱
نظارت بر چاپ، ۵۵۰
نظارت پس‌نشر، ۵۵۰
نظریه اطلاعات، ۵۴۶
نمایش‌نما، ۶۱۰
نمونه، ۶۲۵، ۶۲۶
نمونه‌خوانی، ۶۲۵-۶۴۹
نمونه‌خوانی فعال، ۶۳۱
نمونه‌خوانی کامپیوتر-یار، ۶۴۳
نمونه‌خوانی متن، ۵۵۱
نمونه‌خوانی نمونه رنگا، ۶۲۸
نمونه‌خوانی نمونه کامپیوتری، ۶۲۹
نمونه‌خوانی وصل-خط، ۶۳۰
نمونه دوم، ۶۴۰
نمونه صفحه‌ای، ۶۲۸
نمونه نهایی، ۵۵۱، ۶۲۹، ۶۴۹
وزن حروف، ۵۷۰
وسط - چین، ۵۹۱
ویرایش، ۵۵۰
ویزی‌ویگ، ۶۳۸
ویژگیهای سبک‌شناختی، ۶۰۲
همستون‌سازی، ۵۹۳
همستون‌سازی از چپ، ۵۹۳
همستون‌سازی از دو طرف، ۵۹۵
همستون‌سازی از راست، ۵۹۴
همستون‌سازی از وسط، ۵۹۴
یکاهای پایه حروف، ۵۵۷
یونیفورم حروف جلد، ۶۵۱
یونیفورم طرح روی جلد، ۶۵۶



مجموعه‌ای که پیش‌رو دارید، مهم‌ترین
مباحث ویرایش و آماده‌سازی کتاب را
دربرمی‌گیرد. کتاب حاضر یکی از کتاب‌های
این مجموعه هفت‌جلدی است.

سازمان چاپ و انتشارات وزارت
فرهنگ و ارشاد اسلامی، کتاب‌های دیگری از
این مجموعه را به شرح زیر چاپ کرده است:

• اصول ویرایش و نشر

• نگارش

• رسم‌الخط فارسی

• نقطه‌گذاری

• شیوه‌نامه وب

• کالبدشناسی کتاب

