

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

مطالعه‌ای در باب فرآیند طراحی جلد کتاب؛
به همراه نتایج نظر سنجی در مورد طرح جلد کتاب‌های
انتشارات سورهمهر

علی‌اکبر اکبری‌تبار
دانشجوی دکتری رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی
akbari.tabar@gmail.com

چکیده

همانطور که می‌دانیم عنوان و طرح جلد کتاب از جمله اولین و مهم‌ترین عوامل در تاثیرگذاری اولیه و جذب مخاطب برای خواندن کتاب هستند که می‌توانند شوق لازم جهت توجه به یک کتاب خاص و یا دافعه جهت عدم توجه به یک کتاب را در بر داشته باشند. سوالات مطرح در این زمینه شامل تعیین اجزاء، عوامل و مولفه‌های تاثیرگذار طرح جلد در جذب مخاطب و نیز اولویت‌بندی تعیین سهم این عوامل در تاثیرگذاری می‌باشد. متن حاضر گزارش پژوهش انجام شده در شرکت انتشارات سوره مهر جهت بررسی فرآیند طراحی جلد کتاب‌ها و نظرات مخاطبان و دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیران در فرآیند طراحی جلد و تولید کتاب بوده است. تحقیق حاضر به شیوه نظرسنجی با استفاده از پیمایش آنلاین (اینترنتی) انجام شده و در آن با استفاده از ارائه تصاویر دو طرح جلد آماده شده کتاب‌ها به شرکت کنندگان از آنها خواسته شده است از میان دو طرح یکی را که بر دیگری ترجیح می‌دهند را مشخص کنند؛ از سوی دیگر دلیل انتخاب طرح‌ها نیز از شرکت کنندگان سوال شده است. بر اساس نتایج تفکیک شده انتخاب‌های مدیران شرکت انتشارات سوره مهر، مخاطبان عمومی و نیز شرکت کنندگانی که سابقه و اطلاعات در زمینه گرافیک داشته‌اند مشخص گردید که نظرات این سه گروه در کتاب‌های مختلف متفاوت بوده و در مواردی هر سه گروه متفق‌القول انتخاب مشابهی داشتند و در مواردی نیز نظرات دو گروه مشابه یکدیگر و متفاوت با نظرات گروه سوم بوده است. لازم به ذکر است که تحقیق حاضر محدودیت‌ها و ملاحظات نیز داشته است که از جمله آنها ارائه دو طرح جلد به شرکت‌کننده جهت انتخاب می‌باشد که گزینه‌های انتخاب مخاطب را محدود می‌نماید و در صورتی که چندین طرح به مخاطب ارائه می‌شد نظرات متفاوتی به دست می‌آمد.

واژگان کلیدی

فرآیند طراحی، طرح جلد کتاب، تاثیرگذاری بر مخاطب، نظرسنجی تصویری، ذائقه مخاطبان کتاب

مقدمه

شاید بتوان گفت طرح جلد کتاب و عنوان آن یکی از اولین مولفه‌هایی هستند که مخاطب به محض توجه به کتابی خاص آنها را می‌بیند و جزء اولین عواملی هستند که ممکن است مخاطبی را به کتاب خاص جذب کنند و یا باعث شوند مخاطب به کتابی خاص توجه نکند. به عنوان مثال در نمایشگاه کتاب با وجود شلوغی غرفه‌ها و تعدد بازدیدکنندگان، مخاطب فرصت بازدید کامل از غرفه انتشاراتی که از قبل آنها را می‌شناسد را نیز ندارد، ممکن است نیم‌نگاهی به طرح جلد‌ها کتاب‌ها داشته باشد، شاید عناوین کتاب‌ها را به سرعت بخواند و از کنار آن غرفه عبور کند. حال کتاب‌هایی را که تاکنون خوانده‌اید به یاد بیاورید، طرح جلد و عنوان دقیق چند مورد از آنها را به خاطر می‌آورید؟ دلیل به یاد شما ماندن آن کتاب‌ها و عناوین و طرح جلد آنها چه بوده است؟

با طرح چنین سؤالاتی در انتشارات سوره‌مهر، به همراه سؤالاتی دیگر از قبیل اینکه طرح جلد جذاب از دیدگاه مخاطبان چه ویژگی‌هایی دارد؟ چه مولفه‌هایی از طرح جلد می‌تواند توجه مخاطبان را به حدی جلب کند که کتاب را تورق کنند و کنجکاو شوند در مورد محتوای آن چیزی بدانند؟ چه کسانی در طراحی جلد کتاب باید نظر بدهند؟ مخاطب، نویسنده، گرافیست، ناشر و یا مجموعه‌ای از این افراد؟ در صورتی که چند نفر در مورد طرح جلد یک کتاب خاص نظر دهند سهم هر کدام از آنها چقدر باید باشد؟ بعد از طرح چنین سؤالاتی و اذعان به اهمیت آنها در فرآیند تولید کتاب و مدیریت نشر طرح نظرسنجی جامع از مخاطبان، طراحان و گرافیست‌ها، مدیران و نیز دیگر دست‌اندرکاران تولید کتاب در انتشارات سوره‌مهر تدوین شده و طی چند مرحله و با استفاده از ابزارهای مختلف نظرات جمع‌آوری گردید. به عنوان نمونه جلساتی تحت عنوان «تشسست‌های همفکری در مورد گرافیک کتاب» در واحد تولید انتشارات برگزار می‌شود، نمایشگاه گرافیک کتاب با نام «عطف» در محل

حوزه هنری برگزار گردیده و جلسات همفکری شورای تولید کتاب که مدیران تصمیم‌گیر انتشارات در آن حضور دارند با گرافیک‌ها و کارکنان واحد تولید نیز برگزار شده است که همگی این موارد در جهت کسب نظرات گروه‌های مختلف مخاطبان و دست‌اندرکاران تولید کتاب بوده است. در گزارش پژوهش حاضر هدف آن بوده است که نتایج حاصله از این اقدامات و موارد مهم از نظر این گروه‌ها جمع‌آوری و ارائه گردد؛ بدین منظور در مقاله حاضر ابتدا خلاصه‌ای از فعالیت‌های صورت گرفته در این زمینه در انتشارات سوره‌مهر مطرح، بعد از آن فرآیند طراحی جلد کتاب در خارج و داخل ایران به اختصار عنوان شده سپس گروه‌های شرکت‌کننده در این طرح معرفی و ویژگی‌ها و ملاحظات هر کدام طرح و سپس نتایج حاصل به طور تصویری و با استفاده از اینفوگرافی‌های مختلف طرح شده و نتیجه‌گیری بر اساس تمام این موارد ارائه شده است.

جلسات همفکری گرافیک کتاب

کار گروهی و مشارکت در تولید، از جمله عضویت در یک گروه هنری، از ویژگی‌های فعالیت‌های خلاقانه است که می‌توان حوزه طراحی جلد و صفحه‌آرایی کتاب و مجلات را نیز در این دسته جای داد، از این طریق در صورتی که بتوانیم تیمی منسجم و پویا تشکیل دهیم سرعت و کیفیت تولیدات افزایش می‌یابد. به همین منظور جلسات همفکری گرافیک کتاب در انتشارات سوره‌مهر به صورت مداوم برپا می‌شود و در آن هر یک از اعضا در مورد جدیدترین تجربیات و مشاهدات تخصصی خود صحبت می‌کنند.

نمایشگاه گرافیک کتاب

اولین نمایشگاه گرافیک کتاب سوره‌مهر با عنوان عطف، جهت آشنایی و آرایه آثار و همچنین

بررسی آخرین متدها و طراحی‌های گرافیکی کتاب، در اسفندماه سال ۱۳۹۰ برگزار شد. در این نمایشگاه علاوه بر ارائه آثار طراحان مرتبط با سوره‌مهر، نشست‌های گرافیک در موضوعات مختلف از جمله طراحی جلد، حروف‌نگاری و فونت با حضور اساتیدی همچون ابراهیم حقیقی، بیژن صیفوری، مسعود سپهر، سید حسن موسی‌زاده، ایمان صفایی، کوروش پارسا نژاد، روح‌الله گیتی‌نژاد و مجید کاشانی نیز برگزار شد. با توجه به استقبالی که از این نمایشگاه شد و همچنین درخواست‌هایی که از سوی استان‌های مختلف ارائه گردید، در سال جاری این نمایشگاه در حوزه‌های هنری مراکز استان‌ها نیز برگزار می‌شود.

آزمایشگاه کتاب

آزمایشگاه کتاب فضایی تحقیقاتی و مطالعاتی است که آخرین ایده‌ها و تجربیات در خصوص طراحی کتاب‌ها را مورد آزمون قرار می‌دهد و در حقیقت برای آماده‌سازی و تولید انبوه کتاب‌ها زمینه‌سازی می‌کند. در اینجا اشکال مختلفی از قطع‌های کتاب و طرح جلد‌ها، جنس‌های مختلفی از کاغذ و همچنین انواع صحافی برای تولید کتاب مورد بررسی قرار می‌گیرد تا در نهایت در عین حال که محصولی جدید و مبتکرانه روانه بازار می‌شود از لحاظ طراحی و هنری نیز تقریباً بدون اشکال باشد.

فرآیند طراحی کتاب در خارج از کشور

باید توجه داشت که نگرش‌ها نسبت به عملکرد و تولید کتاب متفاوت است و در کشورهای متفاوت صحافی و طراحی جلد به گونه‌هایی مختلف انجام می‌شود، در اینجا تلاش گردیده است که گونه‌هایی عام و نسبتاً فراگیر ارائه گردد که فرآیند کلی تولید و طراحی جلد کتاب را معرفی نماید. در نتیجه جستجو پیرامون فرآیند و چگونگی طراحی جلد کتاب‌ها در خارج از ایران نتایجی نسبتاً مشابه با

تفاوت‌هایی در جزئیات مراحل طراحی به دست آمد که در ادامه برخی از کامل‌ترین نمونه‌های آنها ارائه شده است؛ اشاره به فرآیند طراحی جلد کتاب در خارج از کشور برای الگوگیری و نیز فراهم آوردن معیاری جهت مقایسه صورت گرفته است و دال بر بهتر بودن و یا تایید کامل آن فرآیندها نمی‌باشد.

وب‌سایت فیونا راون^۱ (طراح جلد کتاب)؛ فرآیند طراحی جلد یک کتاب را بدین مراحل تقسیم کرده است: الف) تماس اولیه نویسنده با طراح و صحبت در مورد ایده‌هایی که درباره طرح جلد کتابش دارد؛ او این تماس را فرصتی برای ایجاد آشنایی میان دو فرد می‌داند. ب) طراح بر اساس صحبت‌های اولیه نویسنده در مورد کتاب و محتوای آن پیش‌فاکتور اولیه‌ای^۲ از هزینه‌ها تحویل می‌دهد. ج) زمانی که نویسنده طرح اولیه را تایید و قرارداد را امضا می‌کند، که می‌تواند به صورت غیرحضوری باشد؛ طراح متعهد می‌شود که کپی‌رایت طرح جلد متعلق به نویسنده کتاب است، بعد از آن نویسنده اقدام به پرداخت بخشی از هزینه طراحی می‌نماید، سپس طراح درخواست می‌کند که تمامی عکس‌ها، آثار هنری و یا طرح‌های اولیه که نویسنده فکر می‌کند مرتبط با کتاب او است را ارسال کند. د) بعد از یک هفته، اولین طراحی برای نویسنده ایمیل می‌شود که بیشتر بر روی جلد^۳ کتاب متمرکز است، و تلاش می‌گردد سمت و سوی مناسب جهت طراحی طرح جلد مشخص گردد، بعد از توافق روی طرحی مشخص، در صورت تمایل، نویسنده عکس یا عکس‌هایی را برای روی جلد انتخاب می‌کند که در طرح قرار داده شود، که ممکن است با جستجو در اینترنت تعیین گردند و یا از عکس‌های درون متن کتاب باشد. ه) بعد از مشخص شدن طرح کلی روی جلد، طراح پشت جلد و شیرازه کتاب را نیز بر اساس طرح انتخاب شده روی جلد و با هماهنگی با آن طراحی می‌کند. که در مرحله بعد متن پشت جلد و بار کد به طرح پشت جلد کتاب اضافه می‌گردد. و) سپس طراح با موسسه چاپ طرح جلد در مورد ویژگی‌ها و مشخصات و اقتضائات فنی طرح گفتگو می‌کند. طرح جلد با استفاده از نرم‌افزارهای فتوشاپ یا این‌دیزاین^۴ طراحی می‌شود. ز) طراح تلاش می‌کند تمامی موارد توافق شده را در طرح

نهایی سازد و نسخه چاپ شده رنگی را برای بررسی نویسنده ارسال می‌کند که شکلی شبیه به کتاب نهایی دارد و نویسنده می‌تواند کامل ببیند که کتاب بعد از چاپ چه ظاهری خواهد داشت. ط) طراح تمامی فایل‌های گرافیکی و دیجیتال را بر روی یک دی‌وی‌دی به نویسنده ارسال می‌کند و فایل‌ها را به موسسه چاپ نیز تحویل می‌دهد. ی) در حین چاپ طرح جلد کتاب، نویسنده می‌تواند به بازاریابی کتاب بپردازد؛ این طراح در وبسایت خود صفحه‌ای مختص این کتاب ایجاد می‌کند و اطلاعاتی راجع به کتاب در آنجا ارائه می‌کند. ک) در مرحله آخر نیز نویسنده کتاب چاپ شده را از موسسه چاپ تحویل می‌گیرد.

وبسایت طراحی جلد کتاب؛ این وبسایت رویکرد خود به طراحی جلد کتاب را ساده، خلاقانه و موثر معرفی می‌کند و ادعا می‌کند که فرآیند طراحی جلد کتاب در این موسسه ناشر و یا نویسنده را درگیر می‌کند زیرا ناشر و نویسنده هستند که گروه مخاطب کتاب خود را می‌شناسند. مراحل طراحی شامل الف) پرداخت، در این مرحله نویسنده یا ناشر تمام هزینه طراحی جلد کتاب را پرداخت می‌کند و سپس پرسشنامه طراحی را بر اساس مشخصاتی که در فرم آنلاین درخواست کرده است، دریافت می‌کند. ب) در مرحله بعد نویسنده و یا ناشر به سوالات پرسشنامه پاسخ می‌دهند، هر چقدر پاسخ‌ها جزئی‌تر و کامل‌تر باشد، نتیجه طراحی به نیازهای نویسنده نزدیک‌تر خواهد بود. ج) بعد از دریافت پاسخ‌های پرسشنامه توسط طراح، طی ۵ روز کاری طرح اولیه پیشنهادی طراح برای نویسنده ارسال می‌گردد. د) و اصلاحات مد نظر نویسنده طی یک یا دو روز کاری انجام می‌شود. ه) بعد از اعلام موافقت و تایید نهایی طرح جلد توسط نویسنده، نسخه با کیفیت بالای طرح جلد، در فرمت پی‌دی‌اف در دو روز کاری تهیه و به نویسنده تحویل می‌شود. این وبسایت در مورد فرآیند چاپ فایل پی‌دی‌اف توضیحی ارائه نمی‌کند، مشخص است که این فرآیند باید توسط نویسنده و یا ناشر انجام گیرد.

فرآیند طراحی جلد توسط لی لیبرو^۶ (طراح جلد)؛ این طراح در مورد فرآیند طراحی جلد کتاب چنین می‌گوید: «طرح جلد کتاب اغلب اولین عامل تاثیر گذاری و جذابیت کتاب است و بنابراین قوی‌ترین ابزار تاثیر گذاری اولیه برای نویسنده است. به عنوان طراح جلد کتاب، هدف اصلی من تاثیر گذاری^۷ است که از طریق برقراری ارتباطی موثر میان افکار درونی نویسنده و اولین برخورد عموم مخاطبان با طرح جلد کتاب رخ می‌دهد. این ارتباط نیازمند فعالیت حرفه‌ای در زمینه طراحی و نیز ارتباط بسیار مناسب و کامل با نویسنده کتاب است. طراحی جلد کتاب‌های من از سه هفته تا سه ماه بر اساس زمان‌بندی نویسنده و ناشر زمان می‌گیرد که شامل اولین مفهوم‌پردازی در مورد طرح جلد کتاب تا چاپ اولین نسخه می‌باشد. در تمام این مدت ارتباطی بسیار مداوم با نویسنده دارم که هدف این ارتباط دستیابی به این هدف‌ها است:

الف) طرح روی جلد کتاب کنجکاوی بالقوه خواننده را برای توجه به کتاب جلب می‌کند.
ب) طرح جلد به دقت شامل ژانر کتاب، مضمون اصلی محتوا و عناصری از داستان می‌باشد. ج) عناصر گرافیکی به شیوه‌ای کاملاً حرفه‌ای انتخاب و اعمال می‌گردد. د) متن پشت جلد کتاب و دیگر عناصر نوشتاری روی جلد که باید به دقت بسیار تهیه شوند بر ارتقاء تاثیر گذاری کتاب بسیار موثر هستند. ه) محوطه و فضای دربرگیرنده متن به گونه‌ای متوازن طراحی می‌گردد که وزن کافی تصویری^۸ برای متن ایجاد نماید و ضمن جلب توجه خواننده به متن، با استفاده از تعداد زیاد کلمات دافعه ایجاد نکند. و) نکته آخر که بیشترین اهمیت را دارد؛ طرح جلد کتاب دربردارنده عاملی نامحسوس است که شاید در هیچ‌یک از پنج مورد گفته شده قبلی به این اندازه وجود نداشته باشد؛ طرح جلد کتاب می‌تواند بر خواننده تاثیر^۹ بگذارد؛ کتاب باید تاثیر گذاری داشته باشد، که به معنی توانایی متوقف کردن فرد در مقابل میز نمایش کتاب‌ها، در زمانی است که فرد فقط نیم‌نگاهی به کتاب‌های مختلف دارد و یا زمانی که به صفحه نمایشگر کامپیوتر چشم دوخته است و فقط طرح جلد

کتاب‌هایی را در اینترنت می‌بیند؛ این تاثیر گذاری، ایجاد خواستِ درونی در فرد برای باز کردن کتاب و ورق زدن و مطالعه کردن آن است، زمانی که فرد کتاب را برداشت و شروع به ورق زدن آن کرد، طرح جلد تاثیر گذاری خود را انجام داده است.

فرآیند طراحی جلد کتاب در ایران

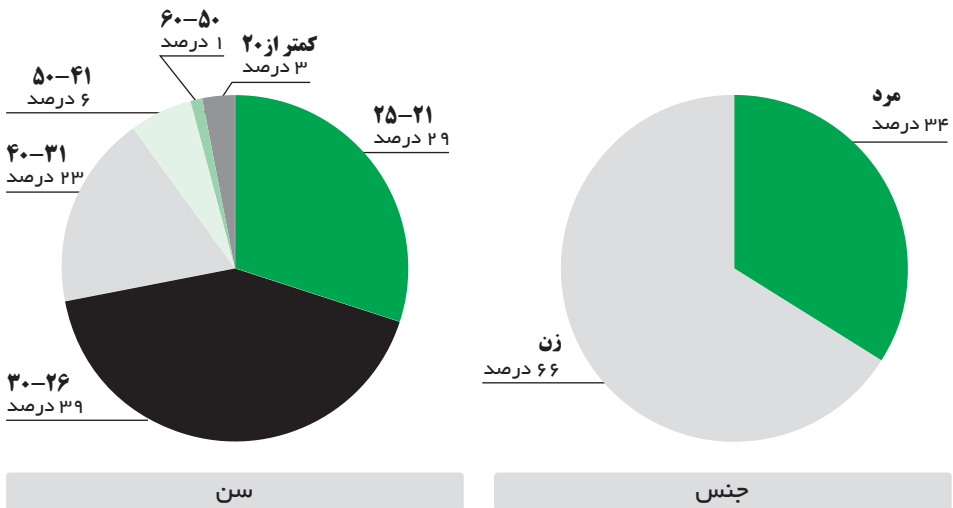
در بررسی فرآیند طراحی جلد کتاب در ایران باید اشاره داشت که ناشران مختلف معمولاً فرآیندهایی متفاوت برای طراحی جلد کتاب اتخاذ می‌نمایند و غالباً آتلیه گرافیک در محل انتشارات ندارند و به آتلیه‌های گرافیک خارج از انتشارات سفارش می‌دهند و یا توسط مدیر هنری انتشارات ارتباط با طراح و گرافیست برقرار می‌گردد، اما برخی از ناشران نیز مانند شرکت انتشارات سوره‌مهر آتلیه گرافیک مجزا و مقیم در شرکت دارند؛ در این گونه موارد معمولاً ارتباط نزدیک تری میان ناشر و نویسنده و گرافیست و طراح جلد کتاب برقرار می‌گردد؛ که امکان تبادل مولفه‌ها و عوامل تاثیر گذار از نگاه طرفین مهیا می‌شود. البته باید توجه داشت که فرآیند طراحی جلد به نویسنده و نوع نگاه ناشر و ارتباط او با نویسنده و عوامل متعدد دیگر نیز مرتبط است.

شرکت‌کنندگان نظرسنجی

برای تحلیل مناسب‌تر و دقیق‌تر نتایج حاصل از نظرسنجی در مورد طرح جلد کتاب‌های انتشارات سوره‌مهر تلاش گردید، گروه‌های مختلف شرکت‌کننده در این نظرسنجی به طور جداگانه مورد بررسی و تحلیل قرار بگیرند. بدین منظور مخاطبان عمومی که اطلاعات تخصصی در مورد طرح جلد کتاب‌ها نداشتند را از طریق پرسش در مورد شغل و رشته تحصیلی جدا کرده و مخاطبان گرافیست و طراح که با انتشارات همکاری داشته‌اند را از آنان که قبلاً با انتشارات همکاری نداشته‌اند به طور

جداگانه بررسی شدند؛ در کنار این دو گروه مدیران شرکت انتشارات سوره‌مهر و تصمیم‌گیران در مورد طراحی جلد کتاب نیز مورد سوال قرار گرفتند که نظرات آنها به طور جداگانه و در کنار دو گروه دیگر مورد تحلیل و مقایسه قرار گرفته است.

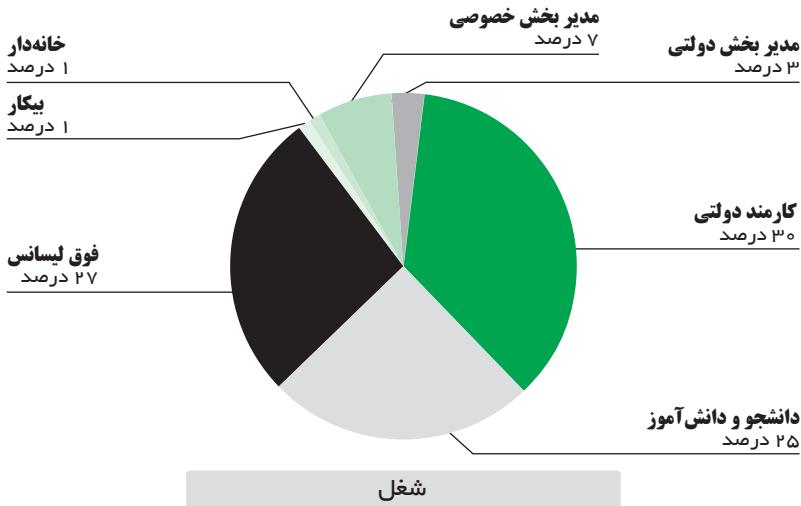
ویژگی‌های کلی افراد شرکت‌کننده به اختصار بدین شرح بوده است؛ همانطور که در نمودار بالا مشخص است، ۶۶ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی مرد و ۳۴ درصد نیز زن بوده‌اند. دسته‌بندی شرکت‌کنندگان در نظرسنجی طرح جلد کتاب‌ها در نمودار ارائه شده نشان می‌دهد که اغلب شرکت‌کنندگان (۳۹ درصد) در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال قرار داشته‌اند و بعد از آن گروه سنی ۲۱ تا ۲۵ سال با ۲۹ درصد بیشترین میزان شرکت‌کنندگان را داشته است. همانطور که از نمودار ارائه شده برمی‌آید، شرکت‌کنندگان



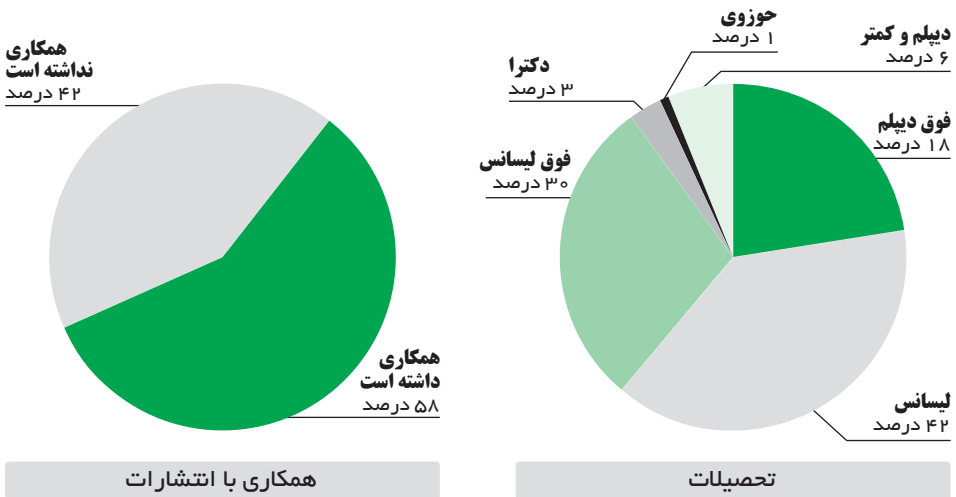
نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب‌مهر

نظرسنجی از گروه‌های سنی مختلف بوده‌اند که امکان جمع‌آوری نظرات اقشار سنی متفاوت فراهم گردد. شرکت کنندگان نظرسنجی از لحاظ پایگاه شغلی نیز از پایگاه‌های مختلفی بوده‌اند که در نمودار این تفاوت‌ها مشهود است؛ بیشترین سهم شرکت کنندگان (۳۶ درصد) در بخش خصوصی شاغل یا کارمند بوده‌اند و بعد از آن کارمندان دولتی با ۲۷ درصد بیشترین سهم شرکت کنندگان در نظرسنجی را داشته‌اند و بعد از آن با اختلافی کم دانشجویان و دانش‌آموزان با ۲۵ درصد در مرتبه بعدی بوده‌اند. با تفکیک دقیق رشته تحصیلی و شغل شرکت کنندگان تلاش گردید افرادی که سابقه، تجربه و اطلاعات حرفه‌ای در زمینه طراحی جلد کتاب و گرافیک داشته‌اند از دیگر افراد متمایز شده و نظرات آنها به طور جداگانه مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.



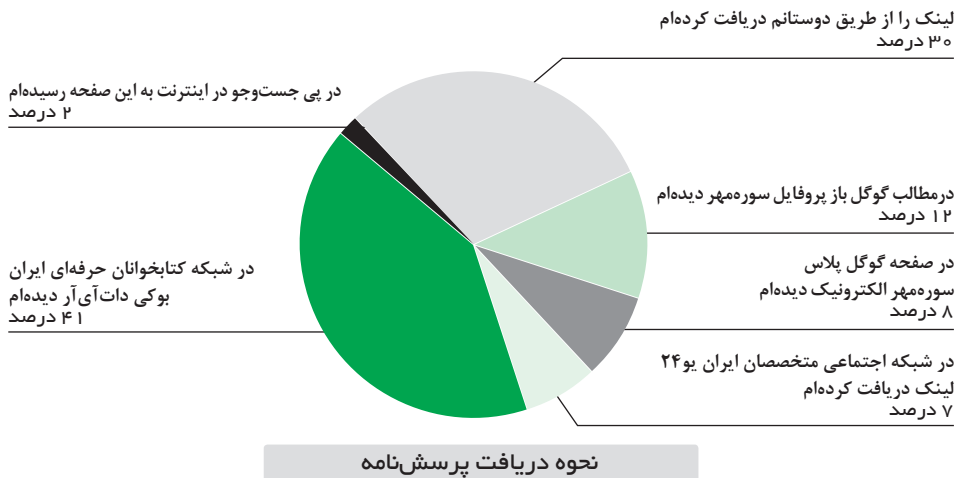
تقسیم‌بندی شرکت‌کنندگان نظرسنجی طرح جلد در زمینه تحصیلات در این نمودار نشان داده شده است که مشخص است اکثریت شرکت‌کنندگان (۴۲ درصد) تحصیلات لیسانس داشته‌اند و بعد از آن مدرک تحصیلی فوق لیسانس با ۳۰ درصد در مرتبه بعدی قرار داشته است. به منظور تفکیک نظرات پاسخگویانی که قبلاً با انتشارات سوره‌مهر همکاری داشته‌اند از افرادی که همکاری قبلی نداشته‌اند، یک سوال به این مورد اختصاص داده شد که از میان شرکت‌کنندگان ۵۸ درصد آنها قبل از نظرسنجی همکاری خاصی با انتشارات سوره‌مهر نداشته‌اند و ۴۲ درصد از شرکت‌کنندگان بیان کرده‌اند که پیش از انجام نظرسنجی با انتشارات سوره‌مهر همکاری کرده‌اند.



نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب‌مهر

از میان دو مرحله نظرسنجی، از شرکت کنندگان در مرحله دوم سوال شد که پرسشنامه نظرسنجی را از چه طریقی به دست آورده‌اند؛ با توجه به اینکه نظرسنجی در دو مرحله و به صورت اینترنتی برگزار شده است و لینک دسترسی به آن در رسانه‌های اجتماعی^{۱۱} مختلف در اختیار افراد قرار داده شد، تلاش گردید مشخص شود که مخاطبان کدام یک از این رسانه‌ها مشارکت بیشتری در نظرسنجی داشته‌اند، همانطور که نتایج ارائه شده در نمودار مشخص می‌کند بیشترین سهم شرکت کنندگان (۴۱ درصد)، لینک دسترسی به نظرسنجی را از طریق شبکه کتابخوانان حرفه‌ای کشور (بوکی) و پروفایل و گروه انتشارات سورهمهر در این شبکه مجازی کتاب‌محور دریافت کرده‌اند؛ بعد از آن بیشترین سهم شرکت کنندگان (۳۰ درصد) لینک نظرسنجی را از طریق دوستان خود دریافت کرده‌اند.



نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

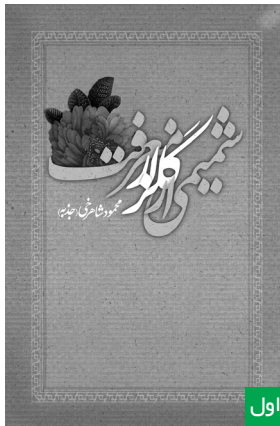
یافته‌های نظرسنجی

با توجه به اینکه دو نظرسنجی آنلاین^{۱۱} در مورد طرح جلد کتاب‌های انتشارات سوره‌مهر به صورت تصویری و با استفاده از عکس طرح جلد کتاب‌ها بوده است؛ در قسمت ارائه یافته‌های به دست آمده نیز تلاش شده با بهره‌گیری از تصاویر متعدد، اطلاعات به صورت اینفوگرافی^{۱۲} ارائه گردد و تا حد ممکن از توضیحات متنی کاسته شده است. در اجرای این دو مرحله نظرسنجی از طرح جلد ۲۲ کتاب استفاده شده است که در ادامه فقط برخی از نتایج حاصل از این دو نظرسنجی به عنوان نمونه ذکر گردیده است.

شمیمی از گلزار معرفت



دوم



اول

طرح دوم

۷۵۵۶

طرح اول

۲۴,۴۴

درصد انتخاب طرح به طور کلی



مدیران سوره مهر



گرافیک‌ها



مخاطبان عمومی

نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تعلیمی
پژوهشی
کتاب مهر

نظرات ارائه شده در قالب نمودارها مشخص می‌کند که در انتخاب از میان دو طرح جلد ارائه شده برای این کتاب (حماسه یاسین)، نظر مدیران انتشارات، مخاطبان عمومی و گرافیست‌ها مشابهت بسیار زیادی داشته و اکثراً طرح جلد اول را بر طرح جلد دوم ترجیح داده‌اند، که این مورد از مجموع نظرات که در جدول پایین ارائه شده است نیز مشخص است که ۶۷,۰۳ درصد از کل شرکت کنندگان در نظرسنجی طرح جلد اول و ۳۲,۹۷ درصد از شرکت کنندگان طرح جلد دوم را انتخاب کرده‌اند؛ البته باید توجه کرد که شرکت کنندگان نظرسنجی از میان دو طرح جلد ارائه شده در اینجا این انتخاب را انجام داده‌اند و در صورت اضافه شدن طرح جلد دیگری به این مجموعه، امکان ایجاد تفاوت در

حماسه یاسین



دوم

طرح دوم

۳۲,۹۷

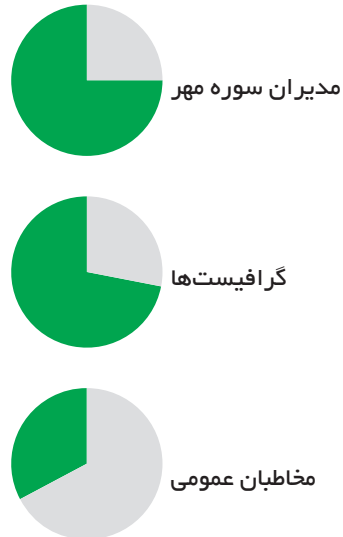


اول

طرح اول

۶۷,۰۳

درصد انتخاب طرح به طور کلی

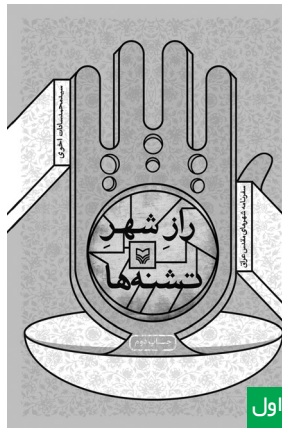
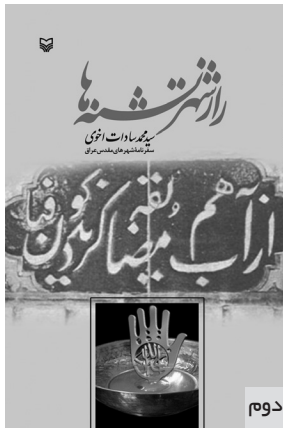


نظر سنجی جلد کتابها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

انتخاب‌های شرکت کنندگان وجود داشت. در انتخاب از میان دو طرح جلد ارائه شده برای این کتاب (راز شهر تشنه‌ها) نظر مخاطبان عمومی و مدیران انتشارات تا حد زیادی مشابه بوده و طرح جلد دوم را به طرح جلد اول ترجیح داده‌اند، در صورتی که نظر گرافیست‌ها با دو گروه قبلی متفاوت است و بیش از نیمی از آنها طرح جلد اول را به طرح جلد دوم ترجیح داده‌اند. در انتخاب از میان دو طرح جلد ارائه شده برای این کتاب (سه دختر گل فروش) بر خلاف نظرات کسب شده در انتخاب طرح جلد کتاب قبل که ارائه شد، نظرات گرافیست‌ها و مخاطبان عمومی نسبتاً مشابه است و نیمی از شرکت کنندگان این دو گروه طرح جلد اول و نیمی دیگر از شرکت کنندگان این دو گروه طرح جلد دوم را برگزیده‌اند؛

راز شهر تشنه‌ها



مدیران سوره مهر



گرافیست‌ها



مخاطبان عمومی

طرح دوم

۵۶،۵۲

طرح اول

۴۳،۴۸

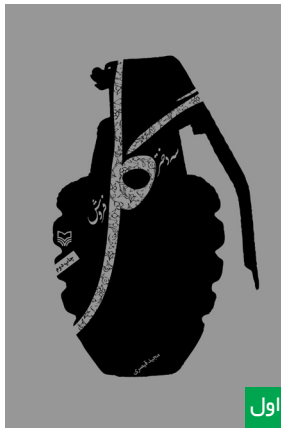
درصد انتخاب طرح به طور کلی

نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

اما از میان مدیران انتشارات، افرادی که اقدام به انتخاب از میان این دو طرح جلد کرده‌اند، اکثراً طرح جلد دوم را بر طرح جلد اول ترجیح داده‌اند؛ لازم به ذکر است که عدم انتخاب از میان دو طرح جلد ارائه شده برای کتاب به منزله عدم ارائه نظر لحاظ شده و در تجمیع نظرات شرکت کنندگان به عنوان موارد مفقوده حذف گردیده‌اند. همانطور که در نمودارهای ترسیم شده مشخص است؛ نظرات مدیران انتشارات و مخاطبان عمومی در انتخاب از میان این دو طرح جلد (گداخته) بسیار نزدیک به یکدیگر می‌باشد و به هر دو طرح جلد به طور مساوی اقبال نشان داده‌اند؛ در صورتی که بیش از نیمی از گرافیک‌ها طرح جلد اول را به دوم ترجیح داده‌اند؛ که موردی جالب توجه است که قابلیت بررسی

سه دختر گل فروش



طرح دوم	طرح اول	درصد انتخاب طرح به طور کلی
۵۴,۴۴	۴۵,۵۶	

نظرسنجی جلد کتابها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

بیشتر برای دستیابی به دلایل انتخابها را دارد.

بر خلاف نتیجه نظرسنجی در مورد دو طرح جلد قبلی که در آنجا نظر مدیران انتشارات و مخاطبان عمومی یک سو بوده و نظر گرافیستها تا حدی متفاوت بود در این دو طرح جلد (گل انارها را باد می برد) نظر مخاطبان عمومی و گرافیستها بسیار مشابه بوده و اکثر افراد این دو گروه طرح جلد دوم را انتخاب کرده اند؛ در صورتی که نظر مدیران انتشارات در انتخاب از میان این دو طرح جلد با نظر دو گروه دیگر بسیار متفاوت است و مدیرانی که رای داده اند طرح جلد اول را برگزیده اند و طرح جلد دوم انتخاب نشده است.

گداخته



مدیران سوره مهر



گرافیستها



مخاطبان عمومی

طرح دوم

۵۰

طرح اول

۵۰

درصد انتخاب طرح به طور کلی

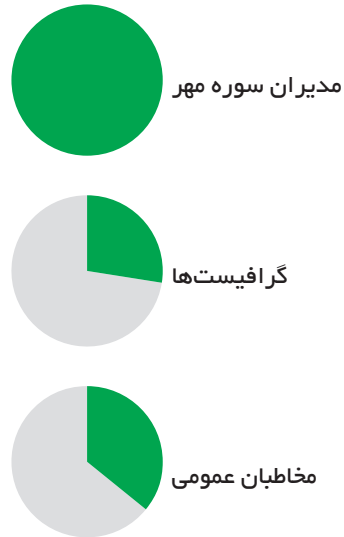
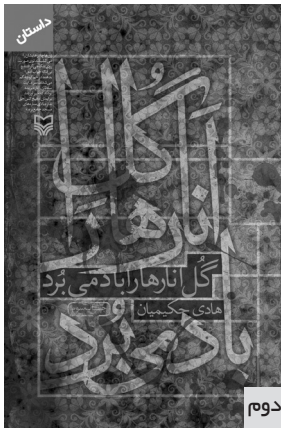
نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تعلیمی
پژوهشی
کتاب مهر

بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی یافته‌های ارائه شده ملاحظاتی را باید در نظر گرفت که در اینجا به اختصار به آنها اشاره شده و نتیجه‌گیری کلی حاصل از این پژوهش ارائه می‌گردد. لازم است توجه گردد که مخاطبان و شرکت کنندگان در نظرسنجی از میان دو طرح جلد ارائه شده به آنها یک مورد را بر دیگری ترجیح داده‌اند و یا بیان کرده‌اند که ترجیحی میان دو طرح جلد قائل نیستند، که در آن صورت به عنوان عدم پاسخگویی از قسمت تجمیع نظرات حذف گردیده‌اند؛ بنابراین اگر طرح جلد

گل انارها را باد می‌برد



طرح دوم

۶۳٫۳۳

طرح اول

۳۶٫۶۷

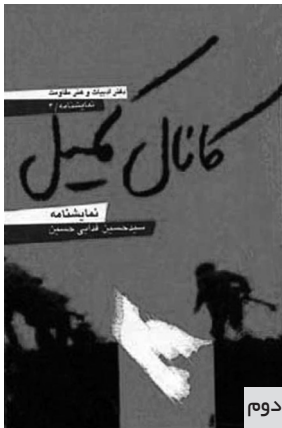
درصد انتخاب طرح به طور کلی

نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

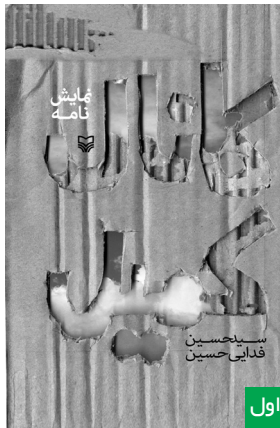
دیگری به جز این دو طرح جلد در اختیار شرکت کنندگان قرار می‌گرفت نتایج متفاوتی حاصل می‌شد که این مورد از محدودیت‌های تحقیق حاضر بوده است که امکان ارائه طرح‌های جلد متعدد برای یک کتاب مقدور نبوده است و به مقایسه دو طرح جلد اکتفا گردیده است. مورد دیگر اینکه در قالب اجرای نظرسنجی حاضر روی جلد، شیرازه و پشت جلد هر سه به صورت دو بعدی در کنار یکدیگر آورده شده است که امکان دارد در نوع نگاه مخاطب نسبت به طرح جلد تاثیر داشته باشد، راه‌حل رفع این مورد و جلوگیری از تاثیر گذاری آن انجام نظرسنجی با استفاده از کتاب‌های چاپ شده است که در آن صورت مخاطب می‌تواند توانایی یا عدم توانایی خود در برقراری یا عدم

کانال کمیل



طرح دوم

۲۰,۲۴



طرح اول

۷۹,۷۶

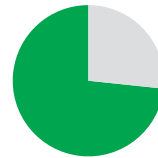
درصد انتخاب طرح به طور کلی



مدیران سوره مهر



گرافیکرها



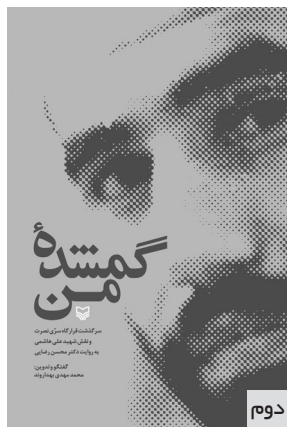
مخاطبان عمومی

نظرسنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تعلیمی
پژوهشی
کتاب مهر

برقراری ارتباط با کتاب را بیان دارد؛ البته تغییرات و جلوه‌های ویژه‌ای که بعد و در حین چاپ بر روی طرح جلد اعمال می‌گردد نیز در این نوع نظرسنجی مورد مشاهده شرکت‌کنندگان قرار خواهد گرفت. نتیجه کلی که می‌توان از نظرات استخراج شده و مقایسه‌های صورت گرفته میان طرح جلد‌ها به دست آورد را می‌توان این گونه خلاصه کرد؛ همانطور که در ابتدای متن حاضر و در بررسی فرآیند طراحی جلد در خارج از کشور نیز تاکید گردید؛ طرح جلد کتاب یکی از اولین عوامل تاثیرگذاری و جذابیت و برقراری ارتباط با مخاطب است که ممکن است در نگاه اول مخاطب را از توجه به یک کتاب خاص بر حذر دارد یا اینکه شوق و آفری برای توجه و مطالعه

گمشده من



دوم



اول



مدیران سوره مهر



گرافیک‌ساز



مخاطبان عمومی

طرح دوم

۳۱،۱۱

طرح اول

۶۸،۸۹

درصد انتخاب طرح به طور کلی

نظر سنجی جلد کتاب‌ها

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

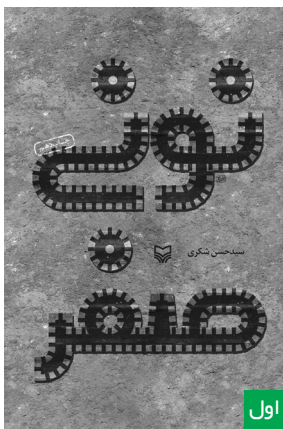
کتاب در او برانگیزد؛ بنابراین نیازمند توجه ویژه از جانب نویسندگان، ناشران، گرافیک‌ها و طراحان جلد است؛ زیرا طرح جلد به همراه عنوان کتاب اولین اجزایی هستند که مخاطب ناآشنا با کتاب به آنها توجه می‌نماید.

البته بررسی اولویت‌بندی جذابیت و توجه و میزان تاثیرگذاری این عوامل بر مخاطب موضوعی است که می‌تواند در قالب تحقیقی دیگر مورد بررسی قرار گیرد؛ اما با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان چنین گفت که باید توجه کرد که فرآیند طراحی جلد هر کتاب خاص متفاوت از تمامی کتاب‌های دیگر و مستلزم سرمایه‌گذاری انرژی و توجه ویژه است؛

نون‌ی صفر



دوم



اول



مدیران سوره مهر



گرافیک‌ها



مخاطبان عمومی

طرح دوم

۳۸,۶۴

طرح اول

۶۱,۳۶

درصد انتخاب طرح به طور کلی

زیرا نظرات شرکت‌کنندگان بیانگر آن بود که نوع نگاه و برداشت نسبت به هر دو طرح جلد و انتخاب از میان آنها با دو طرح جلد دیگر متفاوت است؛ به عنوان مثال در انتخاب از میان طرح‌ها در برخی، نظرات مخاطبان عمومی با گرافیسست‌ها همراه بوده است، در برخی نظرات مدیران با مخاطبان عمومی مشابهت داشته و در مواردی نیز نظرات هر سه گروه با یکدیگر همراه بوده است؛ که نشان می‌دهد تا چه حد گستره انتخاب در این زمینه وسیع است و در تاثیرگذاری و جذابیت هر طرح جلد عوامل عده‌ای تاثیرگذارند که ممکن است با عوامل تاثیرگذار در انتخاب طرح‌جلدهای دیگر کاملاً متفاوت باشد ●



http://bookcoversdesign.com/book_cover_design_process.html

تاریخ مراجعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۱

<http://www.fionaraven.com/Pages/book-cover-design-process.html>

تاریخ مراجعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۱

http://www.goodreads.com/author_blog_posts/1501149-book-cover-design-process-case-study-farsighted-by-emlyn-chand

تاریخ مراجعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۱

پی نوشت ها

1. <http://www.fionaraven.com/Pages/book-cover-design-process.html>
تاریخ مراجعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۱
2. Firm quote
3. Front cover
- 4 . In design
5. http://bookcoversdesign.com/book_cover_design_process.html
تاریخ مراجعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۱
6. http://www.goodreads.com/author_blog_posts/1501149-book-cover-design-process-case-study-farsighted-by-emlyn-chand
تاریخ مراجعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۱
7. Impression
8. enough weight visually
9. IMPACT
10. Social Media
11. Internet based (Online)
12. Infography

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی