

نگاهی به فونت فارسی در تجربه سی ساله نشر رومیزی در ایران

## طراحی قلم‌های فارسی؛ راسته بی‌رونق بازار نشر

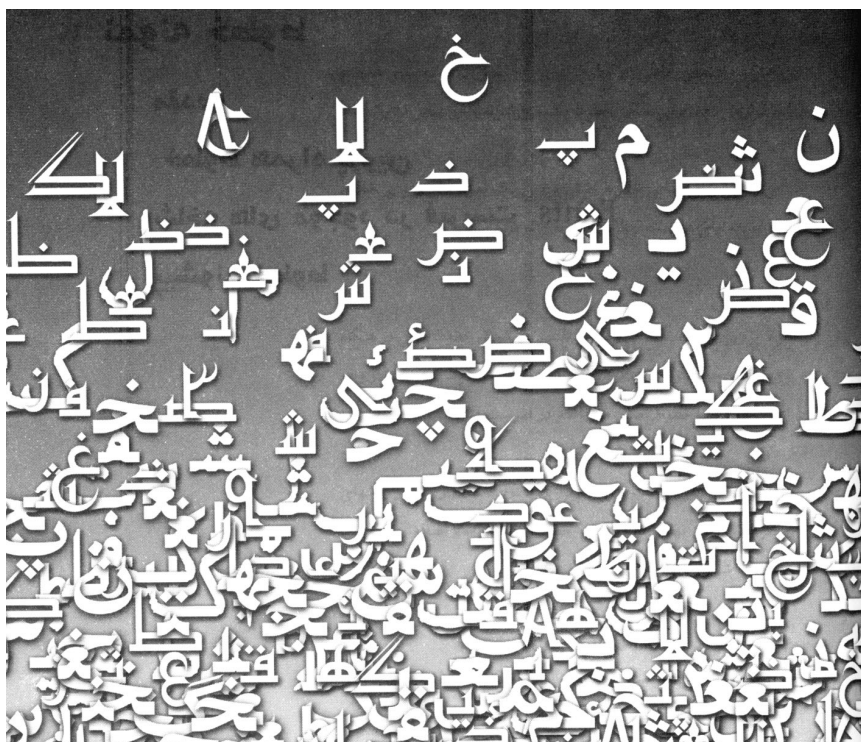
برای بررسی دلایل محدود ماندن قلم‌های فارسی، بد نیست ابتدا نظری به سابقه طراحی حروف در نرم‌افزارهای حروفچینی و فارسی‌سازها بیندازیم و با مرور بعضی تجربه‌ها در حوزه مدیریت چاپ و نشر و مطبوعات، به بازار سرد تقاضا برای فونت‌های جدید برسیم و به تهدیدهایی اشاره کنیم که کار و تلاش و سرمایه معنوی طراحان و پدیدآورندگان قلم‌ها را نشانه می‌رود. از این رهگذر، اشاره‌ای نیز به راه‌حل‌ها و چاره‌جویی‌ها برای تقویت و تنوع‌بخشی به قلم‌های فارسی خواهیم داشت.

### اولین نرم‌افزارهای فارسی‌ساز

مهندس کامران تیمورنژاد مدیرعامل شرکت داده‌ورزان هامون در خصوص شکل‌گیری نرم‌افزارهای فارسی‌ساز اولیه می‌گوید: «سابقه فونت فارسی به سال ۱۳۶۴ باز می‌گردد. در این سال‌ها در حالی که استفاده از کامپیوتر در اروپا و آمریکا همه‌گیر می‌شد، افرادی که در این حوزه، با کشورهای خارجی در ارتباط بودند، سعی کردند تکنولوژی‌های مرتبط با کامپیوتر را به کشور وارد کنند.

دکتر داداش زاده و دکتر صنعتی (مدیرعامل وقت شرکت نرم‌افزاری سینا که نرم‌افزار فارسی‌ساز زرنگار را وارد بازار کرده بودند) و از اساتید دانشگاه‌های خارج از کشور بودند، در آن زمان، در محیط DOS، تحقیقات و تغییرات تکنولوژی تایپ را بررسی می‌کردند و به فکر تولید یک نرم‌افزار

سابقه ورود نشر رومیزی با قلم‌های فارسی به ۳۰ سال می‌رسد. دست کم طی نیمی از این سابقه، تولید برنامه‌های فارسی‌ساز برای حروفچینی کامپیوتری مساله اصلی بود. بعدها که قلم‌های ارایه شده در ویندوز فارسی، به دلیل پشتیبانی ویندوز از زبان‌های راست به چپ، به آسانی در دسترس همگان قرار گرفت، هم‌نیاز به فارسی‌سازها از میان برخاست و هم استفاده از قلم‌های فارسی آسان و فراگیر شد. ولی هنوز که هنوز است، طراحی قلم‌های فارسی همچنان یک مساله جدی در عرصه گرافیک و چاپ و نشر به شمار می‌رود. موضوعی که از زمان رواج قلم‌های فارسی در حروفچینی سربی تا به امروز، هنوز روی میز خانواده چاپ و نشر است. گرچه طراحی حروف، امروزه با توجه به قابلیت‌های نرم‌افزارهای خاص طراحی حروف، بسیار فراگیرتر از روزگار سربی حروفچینی است، ولی هنوز شاهد پیشرفت قابل توجهی در این زمینه نیستیم. چرا طراحی قلم‌های فارسی چنین بی‌رمق است؟ این پرسش را با مهندس کامران تیمورنژاد یکی از فعالان تولید نرم‌افزارهای فارسی‌ساز و ارایه‌دهندگان گنجینه قلم‌های متنوع فارسی در نرم‌افزار معروف پروین در میان می‌گذاریم.



حرفه‌ای‌گری در حوزه فونت، ارمغان این تفکر بود.»

### طراحی فونت همچنان مورد نیاز است

مدیر شرکت نرم‌افزاری داده‌ورزان هامون اضافه می‌کند: «هم اکنون کامپیوترهای شخصی (PC) و آپل مورد استفاده کاربران است و ویندوزها فارسی را نیز ساپورت می‌کنند و دیگر نیاز مبرمی به نرم‌افزارهای فارسی‌ساز احساس نمی‌شود. اما از فارسی‌سازها که بگذریم، فونت‌ها مساله‌ای جدا محسوب می‌شوند.

شرکت ما نیز به دلیل تعداد و تنوع فونت‌های موجود در فارسی‌ساز پروین، همچنان این فارسی‌ساز را البته با تعداد نسخه‌های بسیار محدودتر از قبل به فروش می‌رساند. هر چند که صرفه اقتصادی ندارد، ولی ارتباط با مشتریان در حوزه فرهنگ و ادب لذت بخش است.»

مهندس تیمورنژاد به نکته بسیار مهمی اشاره می‌کند و آن؛ «شناخت فونت فارسی، کاربردهای آن و منزلگاه نیاز به تنوع فونت فارسی است»، که ناشناخته مانده است.

«فونت فارسی از گذشته تا به امروز، به دلیل بومی نبودن تکنولوژی آن، مهجور مانده است و متولی برای آنالیز و سپس تطبیق آن با نوشتار فارسی نداشته است. اگر بخواهیم به گذشته فونت فارسی نگاهی بیندازیم، از نوشته‌ها و گفتگوها با اساتید گرافیک درمی‌یابیم که در سال ۱۳۴۲ کمیته‌ای جهت پژوهش در مورد خط نوشتاری فارسی در دانشگاه تهران تشکیل شد تا تصمیم بگیرد کدام یک از خط‌های نسخ و نستعلیق برای کتابت مورد استفاده قرار بگیرد و این اتفاق همزمان بود با تولید ماشین‌های چاپ لاینوتایپ.

برای بررسی موضوع پیشنهاد شد تا آمار موفقیت رسیدن به مقصد بسته‌های پستی با



### همه نرم‌افزارهای واژه‌پرداز فارسی در محیط داس و ویندوز با آمدن نرم‌افزارهای ME برای کاربران عمومی از رونق افتادند

آمدن نرم‌افزارهای ME برای کاربران عمومی کم‌رنگ شدند. شرکت هامون در فارسی‌ساز پروین، استراتژی خود را بر تولید ۴۷۰ فونت فارسی بنا گذاشت و از بازار عمومی به بازار اهل گرافیک و طراحی نقل مکان کرد. هامون سعی کرده بود فونت‌هایی طراحی کند که جنبه گرافیکی داشته و چیزی متفاوت از آن فونت‌هایی باشد که از ۴۰ سال قبل در اختیار طراحان قرار داشت. به این دلیل که مشتریان هامون بیشتر گرافیک‌ها بودند، یعنی افرادی که دوست داشتند مجموعه‌ای از قلم‌های متفاوت و جدید در کارهایشان استفاده کنند. فارسی‌ساز پروین تا حدود بسیار زیادی این نیاز را برآورده می‌کرد و می‌کند. این استراتژی هامون تاکنون نیز ادامه دارد و

نویسنده و نوشتار فارسی افتادند. به هر ترتیب شرکت سینا، نرم‌افزار موفق زرنگار را پس از سختی‌ها و مرارت‌های بسیار روانه بازار کرد. همزمان با آن نیز نرم‌افزارهای تک فارسی، نقش و نشر الف با قابلیت‌هایی متفاوت وارد بازار شدند.

نرم‌افزار زرنگار به دلیل محیط و کاربری بسیار راحتی که داشت، مورد استقبال کاربران بسیاری قرار گرفت و به نرم‌افزار خاص تایپ و حروفچینی تبدیل شد. لازم به ذکر است که ورود این نرم‌افزار نیز، مقاومت‌هایی را به دنبال داشت. اتحادیه تایپیست‌ها و ماشین‌نویس‌ها به همراهی تجار لوازم اداری و ماشین‌های تایپ، با این جریان مخالف بودند و حتی در آن زمان از وزارت بهداشت مصوبه گرفته بودند که مانیتورها برای چشم ضرر دارد و نباید جایگزین ماشین تایپ شود و ...

در هر حال، این نرم‌افزار، به صورت فراگیر مورد استفاده قرار گرفت. نرم‌افزار زرنگار شامل حدود ۳۰ فونت فارسی بود که برخی از آنها، پیش از آن در حروفچینی سربی و لتراست مورد استفاده قرار می‌گرفت، این فونت‌ها اجرا و اصلاح رایانه‌ای شده و در این نرم‌افزار مورد استفاده قرار گرفت.»

### نرم‌افزارهای ویندوز ME که آمد ...

تیمورنژاد در ادامه می‌افزاید: «شرکت‌های داده‌ورزان هامون و نرم‌افزاری سینا در سال‌های ۱۳۷۴ و پس از آن نیز، فارسی‌سازهایی روانه بازار کردند.

نرم‌افزارهای نقش و نشر الف تحت محیط سیستم عامل DOS بودند و با آمدن ویندوز، نتوانستند جای خود را در میان کاربران باز کنند. در این سال‌ها شرکت هامون، فارسی‌ساز پروین را تحت محیط ویندوز به بازار عرضه کرد. ولی همه این نرم‌افزارهای فارسی‌ساز با

دو خط نسخ و نستعلیق مورد آزمون قرار بگیرد. (پیش از آن کلیه کتب، حتی کتب دوران ابتدایی با خط نستعلیق استاد محمد سلحشور نگارش می‌شد.) قرار بر این شد تا تعدادی از آدرس‌های پستی را بر روی پاکت‌های نامه با خط نسخ و تعدادی را با خط نستعلیق بنویسند. نتیجه این شد که تعداد بیشتری از پاکت‌هایی که آدرس روی آنها با خط نسخ نوشته شده بود نسبت به خط نستعلیق به مقصد رسیده بودند، به این دلیل و دلایل علمی دیگری در حوزه خط فارسی، مانند: خوانایی راحت‌تر خط نسخ، این خط برای کتابت کتب انتخاب شد. از آن به بعد استفاده از ماشین‌های چاپ لاینوتایپ هم به دلیل تطابق خط نسخ با خطوط عربی و بازار مشترک آنها در ایران متداول شد و کمپانی‌های خارجی برای فروش ماشین‌های چاپ خود در ایران اولین حروف سربی را به

کمک اساتید ایرانی و عربی طراحی کردند. این تاریخچه کوتاه و درهم و برهم قلم فارسی ماشینی است.

فونت فارسی تاکنون، هیچگاه در ایران متولی انحصاری نداشته است و موسسات انتشاراتی بنا به نیاز از ابتدا، سفارش طراحی حروف سربی را نیز ترتیب می‌دادند، از آن جمله می‌توان به موسسه سروش و افست اشاره کرد.

در سال ۱۳۸۳ در شورای عالی اطلاع‌رسانی زیر مجموعه شورای انقلاب فرهنگی، کمیته‌ای با نام کمیته پژوهشی فونت فارسی برای سرو سامان دادن به فونت فارسی در ایران شکل گرفت. این کمیته متشکل از فعالان در زمینه فارسی‌سازها و طراحان گرافیک و برخی از علاقه‌مندان فونت فارسی بود. از فعالیت‌های این گروه تعریف، انتخاب و اجرای مجدد فونت متنی واحد با نام رویا

برای استفاده عموم در بین مردم بود که در آینده‌ای نزدیک تبلیغ و توزیع خواهد شد. این فونت هم اکنون برای کتابت کامل است، ولی جهت استفاده در فضای اینترنت نیاز به کار بیشتری دارد. لیسانس این فونت با هماهنگی و مشارکت شرکت نرم‌افزاری سینا برای ارایه به عموم خریداری شد و با توجه به نظر طراحان و صاحب‌نظران، اندکی تغییر در ساختار بصری آن انجام گرفت. علاوه بر آن، این گروه، پژوهشنامه‌ای برای بررسی وضعیت کنونی فونت فارسی، چالش‌ها و فرصت‌ها تدوین نمود. هم اکنون این کمیته با حمایت و سرمایه‌گذاری دولت در حال کار بر روی یکسان‌سازی و یکپارچه‌سازی فونت‌های برگزیده فارسی است تا به صورت استاندارد در اختیار مردم قرار بگیرد که شایسته است از ریاست و معاونت‌های این دبیرخانه در هر مکان و محفل فونت فارسی قدردانی شایسته‌ای صورت پذیرد، چرا که همان‌طور که اشاره شد تولید فونت از ابتدا در جهان بر عهده چاپخانه‌داران، شرکت‌های تولیدکننده ماشین‌آلات چاپ و موسسات انتشاراتی و فرهنگی بوده است و توجه اختصاصی این عزیزان، به عنوان مجری و متولی این بخش و اختصاص بودجه به آن، قابل قدردانی ویژه‌ای است.»

### مشکل اصلی نبود قانون کپی رایت است

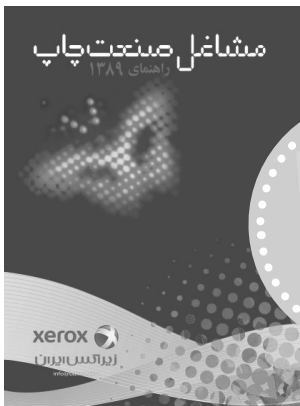
تیمورنژاد سپس به دلایل ناکامی‌ها در گسترش قلم‌های فارسی در محیط رایانه می‌پردازد: «تاکنون به فونت فارسی توجهی نشده است، هر کس در گوشه‌ای در این خصوص کارهایی کرده، ولی گسترش نیافته است.»

مشکل اصلی کار، نبود قانون کپی رایت برای حراست از خلق آثار هنری رایانه‌ای است. به همین دلیل است که به طور دائم با فونت‌های تکراری دستکاری شده سر و کار

## کدام دستگاه در کدام چاپخانه است؟

مشخصات همه واحدهای چاپی کشور به همراه دستگاه‌ها و خدمات

- چاپخانه‌های افست
- چاپ فلکسو و گراور
- سازندگان دستگاه‌ها
- عملیات تبدیلی و بسته‌بندی
- چاپ دیجیتال
- انواع چاپ‌های ویژه
- خدمات تکمیلی
- کاغذ و مواد مصرفی



و هر چه در مورد صنعت چاپ بخواهید

تلفن: ۸۸۸۲۶۸۱۹

۸۸۸۲۴۲۲۷

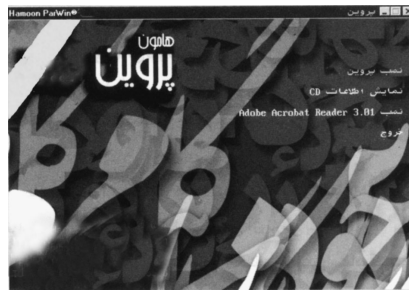
۸۸۸۲۴۳۷۳

فاکس: ۸۸۸۴۷۲۴۵

داریم، که گاهی با تغییر نام هم همراه است. این بی سر و سامانی به حدی است که در برخی از فونت‌ها، اعداد عربی هستند و متقلبان کپی کار، دانش تشخیص و اصلاح آنها را ندارند، به همین دلیل است که فونت‌هایی با اسامی یکسان و با شکل‌های متفاوت دیده می‌شود.»

وی درباره کپی‌رایت توضیحات بیشتری ارائه می‌دهد: «چون قانون مالکیت معنوی (کپی‌رایت) در خصوص فونت فارسی در ایران وجود ندارد، و چون این فونت‌ها در جوامع بین‌المللی نیز ثبت نمی‌شوند، پس در هیچ کجای دنیا مورد حمایت نیستند. هیچ موسسه فرهنگی به دنبال سرمایه‌گذاری در این زمینه نمی‌رود، زیرا نمی‌توان روی فونت قفل گذاشت و از آن حفاظت کرد. در نتیجه چنانچه سرمایه‌گذاری در این خصوص انجام بگیرد، برگشتی ندارد.»

یکی از اهداف تشکیل کمیته پژوهش فونت فارسی، زمینه‌سازی‌هایی برای شناسنامه‌دار کردن فونت‌های موجود بوده است، زیرا فونت‌هایی که هم اکنون در بازار موجود هستند، حتی ممکن است دارای اسم‌های یکسان ولی شکل‌های متفاوتی باشند و یا برعکس. طراحان گرافیک هم، گاهی فونت‌هایی طراحی می‌کنند که چون نمی‌توانند آنها را حفاظت نمایند آنها را عرضه نمی‌کنند، پس انگیزه‌ای برای خلاقیت در تولید فونت جدید وجود ندارد. نبود قانون کپی‌رایت، حتی عرصه بین‌المللی فضای اینترنت را نیز، از طراحان گرافیک گرفته است. شاید بهترین فضای کسب و کار برای علاقه‌مندان به طراحی حروف فضای اینترنت باشد. بد نیست به این نکته تاکید کنم که امروز دغدغه ما عقب‌ماندگی فرهنگ نوشتاری فارسی در محیط تکنولوژیک رایانه‌ای است؛ جایی که به شرکت‌های عربی جرات به نام زدن حروف به نام خود



## در فضای وب، فونت فارسی مشخصی نداریم و همگی از فونت‌های عربی استفاده می‌کنیم که ۴ کاراکتر فارسی را پشتیبانی می‌کنند

و تاریخ‌سازی کاذب را می‌دهد. حتی اگر رقابت بر سر تاریخ را نیز کنار بگذاریم، پاسخ به نیاز حضور قلم‌های فارسی، امروزه برای ترویج و گسترش متون فارسی و افزایش آمار خوانندگان متون فارسی، برای انتقال محتوا و فرهنگ فارسی امری است بسیار واضح.

از طرفی در نبود قانون حمایت از حقوق معنوی، فونت‌های فارسی، ارابه فونت‌های جدید و حتی تغییر در ساختار فونت‌های قدیمی و استاندارد کردن آنها از صرفه اقتصادی به دور است. شاید اینجا بتوان این سوال را مطرح کرد که اهمیت حمایت از بازی‌های رایانه‌ای و فیلم‌های کپی شده بر روی لوح‌های فشرده بیشتر است یا حمایت از فونت فارسی؟»

به گفته تیمورنژاد با توجه به گستردگی استفاده از اینترنت، ما در سطح وب، فونت فارسی مشخصی نداریم و همگی از فونت‌های عربی استفاده می‌کنیم که ۴ کاراکتر فارسی را پشتیبانی می‌کنند.

قانون کپی‌رایت به طور حتم می‌تواند به فونت‌های فارسی وب، تنوع بخشد. این نکته

هم ضروری است که بدانیم تنوع در فونت به معنی تعدد آن نیست، زیرا هم اکنون، فونت‌هایی در بازار عرضه می‌شود که توسط شرکت‌ها و یا افراد مختلف عرضه شده‌اند که دارای شکل‌های یکسان ولی اسم‌های متفاوتی هستند یا برعکس. امید است با کمک‌های دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی، مراحل ثبت فونت به زودی اجرایی شود تا به لحاظ کمی و کیفی شاهد دگرگونی شگرفی در این فضا باشیم.

### خواندنی بودن و خوانا بودن، هر دو

به گفته تیمورنژاد، در خصوص طراحی فونت، دو موضوع باید لحاظ شود: «خواندنی بودن فونت و خوانا بودن فونت. خواندنی بودن یعنی چیدمان و ترکیب حروف در کنار یکدیگر، به گونه‌ای که در خواننده اشتیاقی برای خواندن ادامه مطلب ایجاد شود و خوانا بودن یعنی این‌که شکل گرافیکی فونت مانند نقطه‌ها، منحنی‌ها و... به گونه‌ای باشد تا فونت به راحتی خوانده شود و تصویر ذهنی مناسبی برای انتقال مطلب بسازد.»

طراحان در زمان طراحی فونت باید به این موارد دقت کنند. اکثر فونت‌های موجود در بازار به دلیل کپی‌های غیر مجاز و غیر کارشناسانه، از نظر خوانایی و خواندنی بودن ناقص هستند و ایراد دارند. کمیته فونت در تلاش است تا این فونت‌ها اصلاح شوند.»

تیمورنژاد در خصوص اصلاح فونت‌ها به مواردی اشاره می‌کند: «شرکت هامون بارها خواسته است با ارابه طرح‌های توجیهی اقتصادی به موسسات انتشاراتی، شرکت‌ها، نهادها و سازمان‌های مختلف، از آنها بخواهد تا در زمینه اصلاحات فونت، اقداماتی را اعمال کنند، ولی این کار تا به امروز بی‌نتیجه مانده است.»

روزنامه‌ها و موسسات انتشاراتی بزرگ

کشور نیز علی‌رغم توجیه اقتصادی انجام گرفته در خصوص کاهش هزینه ۱۵ درصدی در هزینه‌های چاپ کتب، حاضر به پرداخت هزینه جزیی اصلاح فونت‌های موجود و یا طراحی فونت اختصاصی کارآمد و مفید نیستند. عمده صحبت آنها این است که وقتی به صورت مجانی می‌توانیم از فونت‌های موجود استفاده کنیم، چه نیازی است تا این مقدار هزینه کنیم و متاسفانه مدیران بالادستی و تصمیم‌گیر کار را به مدیران بخش حروفچینی ارجاع می‌دهند و این همواره به جا می‌ماند که مدیران حروفچینی این قبیل موسسات آیا در تصمیمات مربوط به دخل و خرج موسسه سهم و تصمیم‌گیر هستند یا خیر؟

از طرف دیگر طراحی گرافیک حروف، امری است بسیار ظریف، پیچیده و ذو ابعاد، تا جایی که در انتخاب فونت اختصاصی هر نشریه و کتاب، باید به موضوع آنها توجه ویژه داشت. به این موضوع تا حدودی توجه

می‌شود، ولی همانطور که قبلا به آن اشاره کردم، فونت‌های موجود نیاز به اصلاح دارند ولی مسوولان، حاضر به هزینه کردن نیستند.

جای دوری نرویم، همین ماهنامه صنعت چاپ سال‌هاست که از فونت لوتوس در نگارش متن مجله استفاده می‌کند. اگر از آقای تفرشی دلیل استفاده از این فونت را بپرسیم حتما جواب خواهد داد چون با توجه به این‌که ما با چاپکاران سرو کار داریم و چون حروف سربلی از گذشته تا به امروز چشم همه چاپکاران را نوازش داده است، ما از فونت لوتوس استفاده می‌کنیم! من در مقام شاگردی تایید می‌کنم، من با اصل فونت لوتوس به دلیل قدیمی بودن و یا مجانی بودن مشکل ندارم، مشکل من کیفیت ظاهری این فونت است که بسیار جای اصلاح دارد زیرا اگر از آقای تفرشی خواهش کنیم تا نظر خود را در مورد حروف سربلی لوتوس و فونت

### آکادمی طراحی فونت!؟

**کامران تیمورنژاد** درباره کوشش اخیر طراحان فونت چنین می‌گوید: «در مذاکراتی که ضمن تهیه پژوهشنامه فونت فارسی با برخی از اساتید طراحی گرافیک داشتم، شنیدم که آنها پیشنهاد راه‌اندازی آکادمی طراحی فونت را دارند، تا بدین وسیله بتوانند رشته طراحی حروف به عنوان یکی از زیربنایی‌ترین‌ها در هنر گرافیک جانی بگیرد و به این بهانه اساتید تجربیات خود را فارغ از نمره و کلاس درس اجباری به علاقه‌مندان منتقل کنند. هم اکنون طراحان به دلیل نداشتن قانون کپی رایت، از خلق این اثر دور مانده‌اند و به ندرت برای دل خودشان و برای کنج خلوت رایانه شخصی‌شان دست به طراحی حروف می‌زنند. دست آخر، امیدوارم فرهنگ تولید، در خط و زبان فارسی، با قانون کپی رایت، جان بگیرد.»

صحبت ما با ایده‌ای از قبیله طراحان تمام شد. آیا امروز که این مطلب را می‌خوانید، این آکادمی شکل گرفته است؟ آیا طراحان و آکادمی طراحی فونت، که برپا می‌کنند، خواهد توانست مشکل توسعه قلم‌های فارسی را برطرف سازد؟ آیا پس از تولید فونت‌ها، قانون کپی رایت برای حمایت از فونت‌های فارسی تصویب می‌شود و دغدغه برباد رفتن آثار خلق شده مرتفع خواهد شد؟

متداول بر روی ویندوز امروزی بگوید، بدون شک فونت سربلی را انتخاب خواهد کرد. حرف من اصلاح فونت‌های موجود در برخی منحنی‌ها توسط اساتید گرافیک و برخی فواصل حروف متصل و منفصل است که علاوه بر جداسازی کلمات- که کمک شایانی به سرعت و کیفیت درک مطلب می‌کند- تا ۱۵ درصد فضای اشغالی متن را کاهش می‌دهد.

متاسفانه کامپیوتر عوام زده شده است. یعنی هم مدیران و هم دختر هشت ساله من فکر می‌کنند دانش کافی برای استفاده از کامپیوتر را دارند. همه فکر می‌کنند نرم‌افزار، روی کامپیوتر به صورت مجانی و کپی از دوستان باید تهیه شود و نباید برای آن هزینه‌ای پرداخت شود. با خود می‌گویند با ۶۰۰ هزار تومان صاحب کامپیوتر می‌شویم، حالا چرا باید ۲۰ میلیون تومان هزینه طراحی یک فونت بدیم. ما به روزنامه‌های مطرح و انتشاراتی‌هایی که بالای ۱۰۰ عنوان کتاب در سال تولید می‌کنند، طرح‌هایی ارائه کردیم تا اصلاحی در فونت‌هایی که هم اکنون استفاده می‌کنند انجام دهند. برای آنها، با ارسال دو نمونه فونت اصلاح شده و اصلاح نشده، میزان صرفه‌جویی را که با اصلاح ساختار فونت، در هزینه تولید محصولاتشان ایجاد می‌شود، توضیح دادیم. پروژه از اتاق ریاست به بخش حروفچینی ارجاع داده شد و همانجا دفن گشت.»

### در جستجوی استانداردها

از تیمورنژاد می‌پرسیم، آیا طراحان در زمان طراحی فونت از استاندارد خاصی پیروی می‌کنند؟ او در پاسخ می‌گوید: «بله، قواعد زیباشناسی و الهام، محور اصلی طراحی حروف است که با مقصدی خاص به کار گرفته می‌شود و سفارش‌دهنده با بیان درخواست خود، به طراحان، کانال‌های

خلاقیت را مشخص می‌کند تا در راستای درخواست آنها ابداع نماید.»  
 او مثالی می‌زند: «طراحی فونت ترافیک که به سفارش شهرداری و وزارت راه برای راهنمایی مسافران در خیابان‌ها و جاده‌ها توسط آقای بقاپور آماده شد، نزدیک به ۱۳ سال طول کشید. اتود طرح‌های ابتدایی حروف در جاده‌ها و مسیرهای مختلف نصب می‌شد تا خوانایی آن مورد بررسی قرار بگیرد. ولی در اروپا، اهمیت این مطلب به قدری است که برای این‌که خوانایی یک فونت مورد ارزیابی قرار بگیرد، برای آن آزمایشگاه‌های اپتیک با تجهیزات خاص ترتیب داده‌اند و برای فونت‌ها با مقاصد خاص آزمایش‌های مخصوص به آن را انجام می‌دهند. چیزی که از نظر ما زیبا باشد، زیباست و هر شرکت یا فردی می‌تواند آن را برای استفاده عموم به بازار عرضه کند.»

**سال ۱۳۸۳ در شورای عالی  
اطلاع‌رسانی زیر مجموعه  
شورای انقلاب فرهنگی،  
کمیته‌ای با نام کمیته پژوهشی  
فونت فارسی برای سر  
و سامان دادن به فونت فارسی  
در ایران شکل گرفت**

گرافیکی. فونت‌های متنی پاراگراف نوشت هستند. ارتفاع حروف به گونه‌ای طراحی شده است که زمانی که به یکدیگر نزدیک می‌شوند، ممانعت فضایی برای یکدیگر ایجاد نمی‌کنند و زمانی که خیلی درهم بروند، هنوز خوانایی دارند. در فونت‌های گرافیکی بیشتر به حالت‌های زیبایی شناسانه توجه شده است و از نظر بصری برای نوشتن کلمات خاص، جملات خاص و گاهی بر گرفته از آرم و یا لوگو تایپ هستند.»

**دو نوع قلم**

تیمورنژاد در خصوص انواع فونت‌ها می‌گوید: «به نظر من و برخی کارشناسان حوزه فونت، فونت‌ها به طور کلی به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ فونت‌های متنی و فونت‌های

**صحافی - طلاکوب - طلاکوب لبه کتاب**



Khojastegan printing & design Co.  
شرکت نقش رنگ خجستگان

- صحافی چسب گرم با توان تولید روزانه یکصد هزار جلد کتاب
- صحافی مفتول با توان تولید روزانه یکصد هزار جلد کتاب
- صحافی پانچ و فنر با توان تولید روزانه پانزده هزار جلد کتاب
- صحافی جلد سخت
- طلاکوب تا سایز ۱۰۰×۷۰ سانتیمتر
- طلاکوب لبه کتاب جهت کتب نفیس و سررسید در سایزهای مختلف
- سلفون مات و براق تا سایز ۱۰۰×۷۰
- تولید انواع پاکت ساده و پنجره دار تک رنگ الی ۴ رنگ در تیراژ بالا
- چاپ بر روی پاکت ساخته شده تا ۲ رنگ در تیراژ بالا
- فولدر چسبانی از قبیل جلد CD و جیب‌های داخل فولدر

**این مرکز آماده انجام سفارشات فوری و پرتیراژ شما همکاران و مشتریان در حداقل زمان می‌باشد**

**کیلومتر ۱۷ جاده مخصوص کرج - وردآورد - خیابان گلزار پلاک ۴۵ تلفن: ۸-۴۴۹۸۸۷۲۵**