

کاربرد  
خط  
در گرافیک

دانشگاه فنی و حرفه ای همدان  
گروه گرافیک



## کاربرد خط در گرافیک

### • مقدمه

خط و خط نگاری در هنر ایران به دلیل زیبایی‌شناسی و ویژگی‌های کاربردی خاص آن، در همه ی شاخه های هنر های تجسمی به ویژه در هنر گرافیک جایگاهی ممتاز دارد. تنوع فراوان حروف و ساختار هندسی نظام مند آن، به طراحان گرافیک امکان تجربه‌های شخصی و میدان وسیعی در تغییرات و ترکیب حروف برای رسیدن به نمونه‌های جدید مهیا می کند. گرافیک به حوزه نوین و گسترده ای شامل پوستر، تایپوگرافی، نشانه ، مصور سازی، صفحه آرایی و ... که با عملکردهای خود یک پیام یا اطلاعات خاصی را به صورت بصری ارائه می کنند، اطلاق می گردد. امروزه طراح گرافیک می کوشد تا با طراحی یا انتخاب علائم بصری و مجموعه تصاویر، رنگ و نوشتار و در کنار هم قرار دادن آنها، اثری خلق کند تا پیام مشخصی را به مخاطبین خویش منتقل سازد.

تایپوگرافی یکی از جلوه های بارز و با قدمت هنر گرافیک است. واژه ی «تایپوگرافی» در گذشته معادل طراحی حروف و آن دسته از آثار نوشتاری می شد که با فرایند چاپ و تکثیر به صورت تک رنگ ایجاد و تقریباً در همین حدود خلاصه می شد. اما امروزه این واژه شامل آثاری می شود که با استفاده از خط و یا خط و تصویر با رعایت اصول زیبا شناسی، اثری واحد را ایجاد کند که بیانگر اطلاعات و یا پیامی باشد. در بسیاری از موارد، استفاده از حروف و متن به شکلی ارائه می گردد که القای فرم (شکل) و تصویر را در اثر می نماید. طراحان در آثار خود با بزرگ نمایی، فشردگی و چین حروف در کنار هم، و گاهی تنها با دخل و تصرف در فیزیک حروف، ارتباط عمیقی با موضوع به وجود می آورند.

● نشانه : (SIGN)

طراحی لوگو یکی از اصول اولیه و مهم برند سازی می باشد که قادر است در خلاصه ترین حالت ممکن یک کلیت بزرگ را به تصویر بکشاند، در اینجا به تحلیل لوگو و انواع مختلف آن در طراحی گرافیک خواهیم پرداخت.

نشانه ها یا همان آرم به چند دسته تقسیم می شود : نشانه تصویری - پیکتوگرام - نشانه نوشتاری

● نشانه تصویری

خود نشانه تصویری دارای چهار دسته تقسیم بندی می باشد :

رابطه مستقیم : مثل تصویر یک مرغ برای نشان دادن یک مرغداری

رابطه غیر مستقیم : تصویر خورشید و درخت نخل برای نشان دادن شرکتی در خوزستان

رابطه نمادین : نمایش نقوش سنتی ملی و اساطیری ایران مانند لوگوی بانک پاسارگاد

بدون ارتباط : که هیچ ربطی ندارد و خود باعث شناخت و به وجود آمدن یک برند جدید میشود مانند لوگوی اپل که یک سیب می باشد.



● پیکتوگرام

پیکتوگرام ها مجموعه ای از علائم تصویری می باشند که تنها از طریق ارتباط چشمی، پیام هایی را به مخاطب انتقال می دهند، حال این پیام ها می توانند از دسته علائم هشدار دهنده، باز دارنده و راهنمایی کننده باشند. نماد بصری که در پیکتوگرام ها استفاده می شود باید از لحاظ تصویری شبیه به شیء فیزیکی باشد تا مفهوم پیام را به خوبی منتقل کند، بنابراین نیازی نیست برای خلق آثار جدید از تصاویر پیچیده استفاده کنید.

در واقع پیکتوگرام‌ها در هر جایی که نیاز باشد، جایگاه خود را پیدا می‌کنند، کاربرد پیکتوگرام‌ها در گستره‌ی وسیعی از مشاغل و فعالیت‌های مختلف مثل تابلو راهنما عمل می‌کنند، به صورتی که افراد را از موقعیتی که در آن قرار دارند یا باید‌ها و نبایدهای دیگر مطلع می‌کنند. طراحی پیکتوگرام بر اساس موضوع مورد استفاده متفاوت است، اما اصول طراحی پیکتوگرام در زوایای مختلف برای تمام موضوعات یکسان می‌باشد و رعایت آن‌ها برای طراحی پیکتوگرام حرفه‌ای الزامی است. در ادامه به بررسی برخی از ویژگی‌های یک پیکتوگرام حرفه‌ای می‌پردازیم:

پیکتوگرام‌ها در جوامع بین‌المللی کاربرد دارند، بنابراین باید به گونه‌ای طراحی شود که برای جوامع مختلف قابل درک باشد.

پیکتوگرام به نمادهایی گفته می‌شود که هیچگونه نوشتاری ندارند، بنابراین یک پیکتوگرام حرفه‌ای باید تنها از طریق تصاویر و بدون کمک گرفتن از پیام‌های نوشتاری طراحی شود.

کاربرد پیکتوگرام‌ها اغلب در فضاهای محیطی است، پس باید آنقدر واضح و ساده باشد که با اولین نگاه پیام را منتقل کنند.

اگر به کاربرد پیکتوگرام و اهمیت آن‌ها در زبان جهانی پی ببریم، به رعایت اصول طراحی پیکتوگرام اهمیت بیشتری می‌دهیم.

خلاقیت در طراحی پیکتوگرام اهمیت دارد، ولی رعایت اصل واقع‌گرایی در طراحی مهم‌تر است، پس زمانی که می‌خواهید یک پیکتوگرام طراحی کنید، تصاویر نامفهوم یا تخیلات شخصی را حذف کنید و طرح‌هایی را انتخاب کنید که واقع‌گرایانه باشند و خیلی سریع مفهوم را منتقل کنند.



## انواع پیکتوگرام

### پیکتوگرام هشدار یا خطر

پیکتوگرام های هشدار، نمادهای بصری و نشانه های قابل فهم هستند که داستان اتفاقات خطر ساز را در یک تصویر تعریف می کنند. به زبان ساده از این پیکتوگرام ها برای هشدار دادن استفاده می شوند به همین دلیل به آنها پیکتوگرام خطر نیز می گویند. پیکتوگرام های هشدار دهنده بسته به موقعیت خود در جامعه به شیوه های مختلفی طراحی می شوند، برای مثال پیکتوگرام های اختاری در سازمان راهنمایی و رانندگی بصورت تابلوهای مثلثی با حاشیه قرمز طراحی می شوند که پیام خطر به صورت تصویری سیاه در پس زمینه ی تابلو قرار گرفته می شود، در صورتی که پیکتوگرام های هشدار روی قوطی های سم، مثلث های زرد رنگ با حاشیه سیاه می باشند که اهمیت خطرساز بودن تصویر داخل مثلث را نشان می دهند.

### پیکتوگرام بازدارنده

پیکتوگرام های بازدارنده، نشانه هایی هستند که به زبان ساده مخاطب را از انجام کارهایی منع می کنند، این پیام می تواند جنبه دستوری داشته باشد و عمل نکردن یا نادیده گرفتن آنها می تواند منجر به خسارت مالی و جانی شود. پیکتوگرام های بازدارنده بسیار قبل فهم هستند و به گونه ای طراحی می شوند که مخاطب را وادار می کنند به پیام دستوری پاسخ مثبت دهد. پیکتوگرام های بازدارنده اغلب تصاویری هستند که در دایره هایی با حاشیه قرمز و پس زمینه سفید طراحی می شوند. خطی که به نشان ممنوعیت روی تصویر کشیده شده است، مخاطب را از انجام عمل مربوطه باز می دارد، ساده ترین پیکتوگرام بازدارنده تابلوهای ورود ممنوع است که در زمینه های مختلف کاربرد دارد.

### پیکتوگرام راهنمایی کننده

پیکتوگرام های راهنمایی کننده در واقع مسیر درست را برای رسیدن به هدف و راهنمایی های لازم را برای استفاده صحیح از لوازم مختلف با استفاده از تصاویر نشان می دهند. بی شک با این پیکتوگرام ها زیاد روبرو شده اید، از تصاویر راهنمایی کننده روی طراحی بسته بندی محصولات بهداشتی و مواد غذایی گرفته تا تابلوهای راهنما در فرودگاه ها و غیره همگی بر طبق اصول پیکتوگرام راهنمایی کننده طراحی شده اند. در پیکتوگرام های راهنما می توانید برای جان بخشیدن به تصاویر و افزایش درک مفاهیم از رنگ ها کمک بگیرید.

نظیر پیکتوگرام راهنمایی کننده را زیاد دیده اید، هر جا که نیاز باشد شما اطلاعاتی راجع به نحوه ی عملکرد یا انتخاب مسیر درست داشته باشید، از پیکتوگرام های راهنمایی کننده استفاده می شود. تا حالا شده به وجود پیکتوگرام های راهنما در اطرافتان توجه کنید؟

گونه های مختلف پیکتوگرام

پیکتوگرام هنری	پیکتوگرام بیمارستان
پیکتوگرام دانشگاه	پیکتوگرام حیوانات
پیکتوگرام فرودگاه بین الملل	پیکتوگرام ورزشی
پیکتوگرام کافی شاپ	پیکتوگرام غذا
پیکتوگرام هتل	پیکتوگرام سایت و نرم افزار

انتخاب رنگ در طراحی پیکتوگرام

شکل و رنگ دو عنصر مهم برای دریافت پیام های تصویری هستند و از این میان رنگ ها ارتباط بیشتری با چشم برای انتقال مفاهیم برقرار می کنند. مفاهیم اجتماعی رنگ ها در جوامع مختلف، متفاوت است، به همین دلیل باید قبل از طراحی پیکتوگرام به جامعه ای که قرار است در آن به عنوان نشانه های محیطی بکار گرفته شوند، توجه کرد. در حالی که برخی رنگ ها سمبولیک هستند و معنای تقریباً یکسانی در کشورهای مختلف دارند و تنها فرق آنها به فرهنگ ها و عقاید دینی ملل بر می گردد مثل رنگ سفید که سمبل صلح و دوستی است. در ادامه رنگ های اصلی مورد استفاده در طراحی پیکتوگرام را بررسی می کنیم.

رنگ سیاه یکی از رنگ های پر طرفدار در طراحی پیکتوگرام است، به گونه ای که اگر چندین پیکتوگرام را با هم مقایسه کنید می توانید رنگ سیاه را در اکثر آنها ببینید، حال این رنگ می تواند حاشیه پیکتوگرام یا شکل تصاویر را پوشش دهد. رنگ سیاه به دلیل اینکه تأثیر قدرتمندی که بر مخاطب می گذارد و براحتی با تمام رنگ های دیگر ست می شود در طراحی پیکتوگرام های هشدار و بازدارنده زیاد استفاده می شود.

رنگ قرمز در کشورهای مختلف سمبل خشم و گرماس است که در طراحی پیکتوگرام نماد خطر می باشد، مصداق آن را می توانید در تابلوهای راهنمایی و رانندگی ببینید.

زرد در جوامع مختلف سمبول نور، خورشید و بیماری است و به عنوان نماد هشدار در طراحی پیکتوگرام ها استفاده می شود.

رنگ آبی که نشان محبت، آرامش و دوستی در جوامع مختلف است بیشتر در پیکتوگرام های راهنمایی کننده مورد استفاده قرار می گیرد. در مکان های عمومی مثل فرودگاه یا مجتمع های تجاری می توانید نظیر تابلوهای راهنمایی کننده را ببینید، هر چند که تأثیر رنگ سبز را در پیکتوگرام های راهنمایی کننده نمی توان نادیده گرفت.

آیا پیکتوگرام همان لوگوی تصویری است؟

حال که با مفهوم پیکتوگرام و لوگوهای تصویری آشنا شدیم، بهتر است بدانیم که آیا پیکتوگرام همان لوگوهای تصویر است؟ این سؤالی است که خیلی ها در آن دچار تردید می شوند، چرا که هر دو تصاویری بصری می باشند. بهتر است بدانیم این دو از لحاظ بصری به یک روش طراحی می شوند اما تفاوت عمده ای هم دارند که باعث می شود پیکتوگرام از لوگوهای تصویری جدا شود. پیکتوگرام ها نشانه های تصویری هستند که کاربرد های مختلفی در فضای محیطی دارند، این تصاویر و نشانه ها را می توانید حتی در جاده های میان جنگل هم ببینید، در حالی که لوگو هویت بصری یک برند می باشد که به جهت تبلیغات و برند سازی طراحی می شود.

با اینکه پیکتوگرام و لوگوهای تصویری هر دو برای انتقال پیام و مفاهیم طراحی می شوند اما در نحوه ی انتقال پیام و مفاهیم کمی با هم فرق دارند. پیکتوگرام ها راهنماهای عمومی هستند و باید آنقدر واضح باشند که مفهوم را به سرعت انتقال دهند در حالی که در طراحی لوگو در نظر گرفتن خلاقیت برای ایجاد پل ارتباطی میان تصویر و مفهوم، اهمیت بیشتری دارد.

لوگوهای تصویری نماد تجاری شرکت ها و کمپانی های بازرگانی می باشند که از طیف وسیعی از رنگ ها به جهت اثر گذاری استفاده می کنند، در حالی که پیکتوگرام تصاویر ساده ای هستند که در گوشه و کنار شهر حرفی برای گفتن دارند مثل تابلو پیکتوگرام فرودگاه در مسیر خیابان های شهر که مسیر رسیدن به فرودگاه را نشان می دهد.

#### ● نشانه نوشتاری

نشانه نوشتاری، نشانه ای است که صرفاً در آن به جای استفاده از تصویر از کلمات، حروف و اعداد و نوشته ها استفاده می شود و برای معرفی کردن یک روزنامه یا یک شرکت به کار می رود و به طور فشرده و مفید یک هویت را نشان می دهد.



یک لوگوتایپ توسط کلمات به نام یک کسب و کار اشاره دارد که به شیوه ای خاص طراحی می شود.

مانند: گوگل، یاهو، کوکاکولا، اسکایپ و ...

نشانه نوشتاری اساسا به دو دسته تقسیم می شود: مونوگرام و لوگو تایپ

مونوگرام که طراحی نشانه با یک حرف یا حرف اول کلمه یا عبارت است. مانند: IBM یا BMW

لوگوتایپ نشانه ای با طراحی نوشته کامل یا کل کلمه و عبارت مانند: SONY یا COCACOLA

برای درک بهتر تفاوت پیکتوگرام، مونوگرام، لوگو تایپ بهتر است با مفهوم لوگو تایپ بیشتر آشنا شویم. لوگو تنها یک طرح ساده نیست، بلکه تصویر گرافیکی هوشمندانه است که هویت بصری برند های مختلف را نشان می دهد. آیکون، نماد و تصاویر گرافیکی مفاهیم را بخوبی منتقل می کنند اما نمی توان تأثیر نوشتار را در طراحی لوگو نادیده گرفت. لوگوتایپ یکی از عناصر دخیل در طراحی لوگو حرفه ای می باشد و به عنوان لوگوهای نوشتاری از نام برند، محصول، سایت و غیره برای توصیف نماد برند استفاده می کنند. لوگو تایپ در واقع همان لوگوهای نوشتاری می باشند که نام برند را بصورت کامل نمایش می دهند.

در شیوه ی لوگوتایپ کار طراحی لوگو کمی سخت تر می شود، چراکه تنها باید از نام شرکت برای برندسازی محصولات استفاده کنید و طرح نهایی باید آنقدر قدرتمند باشد که بتواند جایگاه خودش را در میان سایر رقبای تجاری بدست آورد. برخی از کمپانی های معروف جهانی نظیر کوکاکولا و زمزم از روش لوگوتایپ در طراحی لوگو استفاده کرده اند.

لوگوتایپ در طراحی لوگوهای ترکیبی

اینکه در طراحی لوگو حرفه ای از چه شیوه ای استفاده کنید، می تواند به سلیقه ی مشتری باشد، هر چند که به عنوان یک طراح حرفه ای لوگو می توانید تجربه های خود را در اختیار بگذارید تا بهترین ایده ها برای طراحی لوگو انتخاب شوند. لوگوها در سبک های مختلفی طراحی می شوند که شامل، لوگوهای تصویری، لوگوهای نوشتاری (لوگوتایپ)، لوگوهای ترکیبی (تلفیق لوگو تصویری و نوشتاری) و لوگوهای حرف نماد یا لترمارک (مونوگرام) می باشند. لوگوهای ترکیبی یکی از محبوب ترین شیوه های طراحی لوگو می باشند که مورد پسند اکثر صاحبان برندها می باشد. گاهی متقاضیان دوست دارند علاوه بر لوگوی تصویری از نام برند در زمینه ی لوگو استفاده شود تا براحتی مفهوم تصویر را منتقل کند.

لوگوتایپ با اینکه شیوه ای مجزا در طراحی لوگو محسوب می شود، می تواند بنا به سلیقه صاحبان برند با لوگوهای تصویری ادغام و لوگوهای ترکیبی را خلق کنند. اگر به ۱۰ طرح گرافیک معوف جهان در طراحی لوگو نگاهی بیاندازید می توانید نمونه هایی از طراحی لوگو ترکیبی را مشاهده کنید. برای مثال کمپانی لوازم ورزشی نایک با برندسازی از طریق لوگو ترکیبی، به جهان معرفی شده است. علامت تیک برند نایک نشانی از شرکت نایک می باشد که با دیدن آن یادآور محصولات با کیفیت نایک می شویم، همچنین لوگوتایپ NIKE در بالای علامت تیک بخوبی آن را توصیف می کند.



مونوگرام یا لترمارک به لوگوهای گفته می شود که بر اساس حرف اول نام برند، سایت، محصول و غیره طراحی می شوند. بر خلاف لوگوتاپ که در آن نام برند بصورت کامل بکار گرفته می شود در طراحی مونوگرام تنها از حرف اول نام برند استفاده می شود. زمانی که نام برند بسیار طولانی است بکار بردن تمام آن در لوگو بسیار پیچیده و شلوغ می شود در حالی که لوگوهای مؤثر می باشند که در عین خلاقیت، ساده و قابل فهم باشند نه اینکه مخاطب کلی زمان بگذارد تا بتواند نوشته ی داخل لوگو را که معلوم نیست با چه فونتی طراحی شده بخواند. زمانی که نام برند طولانی است، پیشنهاد می کنیم از روش مونوگرام در طراحی لوگو هوشمندانه استفاده کنید تا قدرت برندسازی افزایش یابد.



برای درک بیشتر مونوگرام بهتر است یکی از لوگوهای معروف جهانی که به سبک مونوگرام طراحی شده را بررسی کنیم. کمتر کسی است که برند ال جی را نشناسد، ال جی نام کمپانی lucky-goldstar تولید کننده لوازم صوتی و تصویری است که صادرات جهانی دارد. بی شک اگر یکی از این لوازم را دیده باشید نشان لوگو ال جی را خوب تشخیص می دهید. لوگو ال جی به سبک مونوگرام طراحی شده که در آن حروف اول نام شرکت lucky-goldstar یعنی ال و جی را با رنگ سفید داخل یک دایره صورتی طراحی شده است. رنگ سفید بخوبی می تواند در پس زمینه صورتی خود را نشان دهد بطوری که با اولین نگاه در ذهن ماندگار می شود. سال های زیادی است که ال جی به عنوان یکی از قدرتمندین برندهای دنیا به فعالیت خود ادامه می دهد و این موقعیت را از طریق طراحی لوگو حرفه ای به تثبیت رسانده است.

لوگوتاپ به عنوان یکی از شیوه های طراحی لوگو در لوگوهای نوشتاری مورد استفاده قرار می گیرد و در آن تنها نام برند بصورت خلاقانه و با فونت های جذاب طراحی می شود.

مونوگرام یا حرف نماد از شیوه های طراحی لوگو می باشد که برای شرکت ها و برندهایی که نام طولانی دارند مورد استفاده قرار می گیرد. در شیوه ی طراحی مونوگرام از حرف اول نام برند، محصول، سایت و غیره برای هویت بخشیدن به لوگو استفاده می شود. در این شیوه همچون لوگو تاپ از تصاویر و شکل های نمادین استفاده نمی شود و بیشتر روی طراحی و جذاب شدن حرف اول برند تمرکز می شود.



با اینکه پیکتوگرام‌ها نشانه‌های بصری هستند که در محیط‌های مختلف استفاده می‌شوند و در طراحی آن ساده بودن شکل و شباهت آن به موضوع اصلی مد نظر است، اما با طراحی نشانه‌های نوشتاری حرفه‌ای می‌توان به عنوان ایده‌هایی برای خلق لوگوهایی با قدرت ماندگاری، سرعت انتقال مفهوم و دیگر ویژگیهای تصویر استفاده کرد.

اکسپرس

لوگو معرف و نشان برند شما است و می‌تواند آنقدر قدرتمند باشد که شما را به فراتر از مرزها معرفی کند. حال این دست شماست که در سطح شهری معرفی شوید یا با رقیبان بزرگتر در سطوح استانی، کشوری و بین‌المللی تجارت کنید.

اثر هنری احساس خاصی را به مخاطب انتقال می‌دهد که بخشی از این احساس‌ها بازتاب هویت فرهنگی است. بنابراین بیش از هر چیز طراح بایستی نسبت به فرهنگ مخاطبین اثر خود شناخت و توجه داشته باشد.

SONY Coca-Cola

امروزه دوران جدیدی در طراحی گرافیک فرا رسیده و همه چیز در حال کامپیوتری شدن است ولی خوشبختانه علاقه به هنر خوشنویسی در بین هنرمندان جوان در حال

احیاست. بی تردید با شناخت اصول و مبادی این هنر و با استفاده درست از فناوری روز، خلاقیت در ارائه آثار به طرز شگفت‌آوری شکوفا می‌شود.

عشق

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد حضور تایپوگرافی در بسیاری از شاخه‌های هنر گرافیک مثل طراحی پوستر، طراحی حروف، نشانه، آگهی، روی جلد کتاب، نشریات و... بسیار ملموس است.

در پایان فراموش نکنیم دشوارترین بخش هنر تایپوگرافی، ایجاد فضایی تصویری به وسیله‌ی حروف و کلمات است که بتواند مخاطب را به روح اصلی موضوع اثر نزدیک کند. با تأکیدی مجدد، با شناخت ملاک‌های زیبایی‌شناسی و با فهم صحیح از هنر ایرانی خصوصاً هنر خوشنویسی، می‌توان گرافیک ایران را فاخرتر و متمایزتر از پیش ساخت.