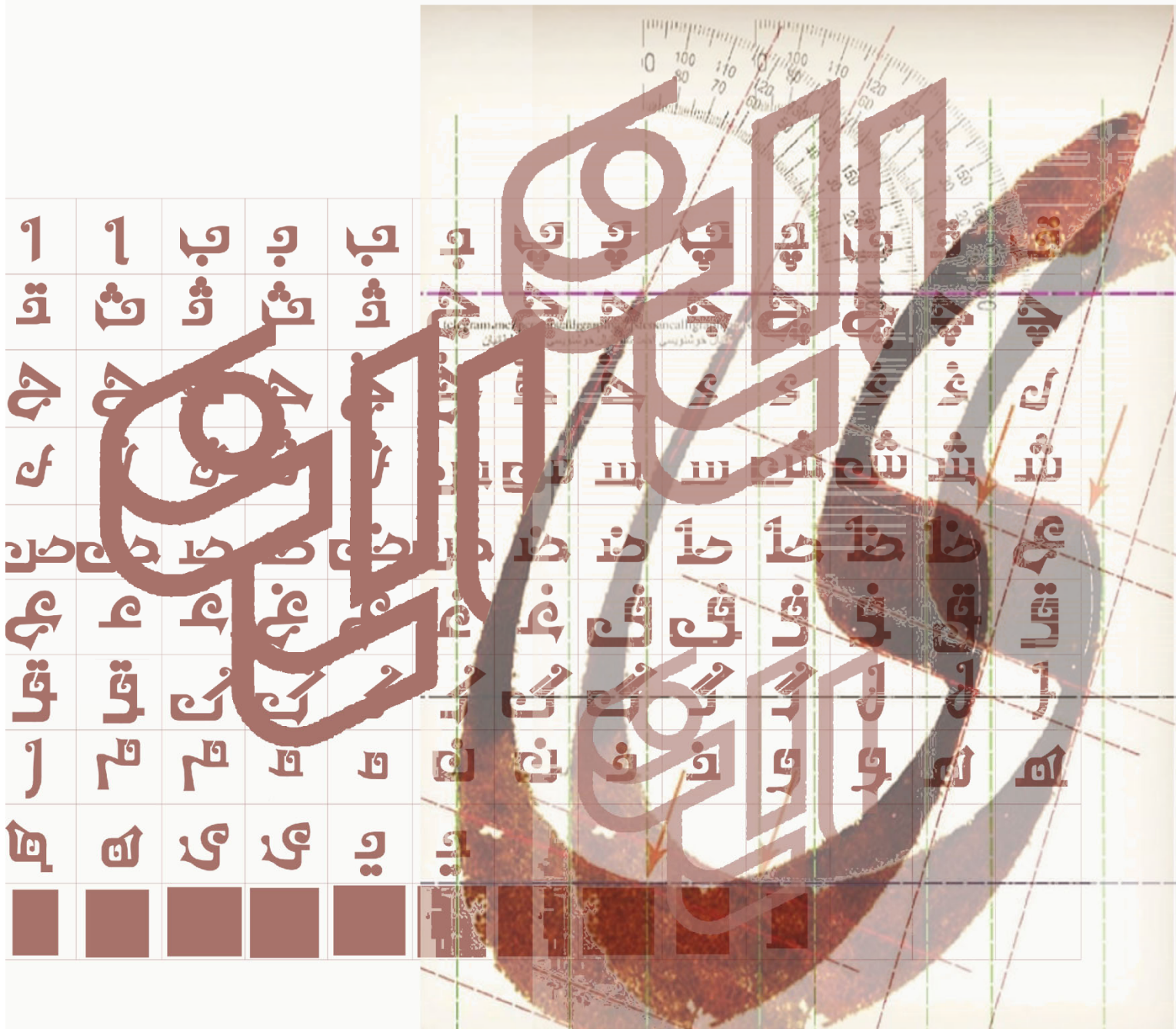


خوشنویس و خطاطی حرف

دانشگاه فنی و حرفه ای همدان
گروه گرافیک



کارشناسی گرافیک

خوشنویسه و طراحی حروف ۲

● مقدمه

امروزه بیش از هر زمانی از علائم در جایگزینی و پر محتوا کردن علائم محدود الفبایی (یعنی حروف) استفاده می گردد. این علائم، نظیر نشانه ها یا علائم تصویری موجود در ایستگاه های راه آهن، فرودگاه ها، خیابان ها و سایر مکانهای عمومی، ممکن است بر مبنای سنتی نوشتاری باشند یا نباشند.

این نمادها همه جا به چشم می خورند: روی بسته بندی ها، قوطی ها، جعبه ها، روی وسایل نقلیه، روی کاغذ، در تابلوهای مربوط به تظاهرات، بازارها، نمایشگاه ها و جشنواره ها.

مدارک مستند دال بر اینند که این امر یعنی استفاده از نمادها، از سرآغاز پیدایش تمدن جریان داشته است، در حدود ۴۰۰۰ سال قبل بشر اولیه که از طریق شکار روزگار می گذراند، به منظور انتقال افکار و امیال خویش به حک علائمی گرافیکی بر صخره ها پرداخت و بدین وسیله کوشید امیال و افکار خویش را از طریق تصویر بنمایاند. از این رهگذر اندیشه که تا آن زمان صرفا از طریق صوت (زبان) یا حرکات (حالت دستها) بیان می شد، مفاهیم در قالب تصویر و نوشتار این قابلیت را پیدا کرد که بتواند ثبت گردد و پایدار بماند.

● مفهوم نشانه

به طور کلی، عموم مردم، کلمه (آرم) را به جای (نشانه) می شناسند. نشانه از واژه یونانی (semeion) گرفته شد که دو واژه (semiotique) و (semidogie) از آن مشتق شده است. واژه (semiotique) یا (semidogie) خاستگاه های آمریکائی دارد که در آن نشانه شناسی را همچون فلسفه زبان ها تعریف می کند، در حالی که اصطلاح (semidogie) خاستگاه اروپائی دارد و بیشتر برای مطالعه زبان های ویژه با نظامهای نشانه ای غیر زبانی (تصویر- ایماء و اشاره- تناثر و ...) به کار می رود.

نشانه شناسی رشته ای جدید است که از آغاز قرن بیستم پدید آمد و بدین ترتیب اصالت و مشروعیت رشته های قدیمی مثل فلسفه را دارا نمی باشد. از جمله افرادی که در باب نشانه شناسی مطالعاتی کرده اند می توان به ساندرس پیرس، سوسور، امبرتو اکو و ... اشاره نمود.

در عالم نشانه شناسی و نه در نشانه هایی که مربوط به عالم گرافیک اند، دو گونه نشانه وجود دارد:

- ۱- نشانه های دیداری: یعنی هر آنچه با چشم می بینید و با ادراک حسی می شناسید.
 - ۲- نشانه های تصویری: وقتی شماری از نشانه های دیداری ثبت می شوند و در متنی جای می گیرند تبدیل به نشانه های تصویری می شوند.
- به اعتقاد پیرس نشانه چیزی است که تحت مناسبات یا عناوینی چند، جای چیز دیگری را در ذهن می گیرد.

● تاریخچه نشانه

در طول تاریخ از نماد که نوعی علامت واحد هویت بصری است، به عنوان ابزاری برای ایجاد ارتباط استفاده شده است. تصور بر این است که انسان پیش از تاریخ با خراش دادن و ایجاد نقش بر دیوار غارهای التامیرا در اسپانیا و لاسکو در فرانسه تلاش داشته تا از این طریق به دیگران اعلان خطر یا آگاهی دهد و یا پیام های دیگری را انتقال دهد. باستان شناسان لوازم و ابزارهایی را از یونان باستان یافته اند که بر آن ها نقوش و نمادها و احساس نمادها نیز همچون شکل حروف و رنگ می تواند واکنش های حسی خاصی را در برانگیزد. بدین معنی علائم نمادینی نقش بسته که معرف افکار خالق آنها است. بر تابوت های مصری نقوش نمادینی حکاکی شده است که احتمالا نشان از باورهای هنرمند خالق آن دارد.

در جوامع قرون وسطا بازرگانان و صنعتگران برای مشخص کردن کالاها یا محصولاتشان از علائم و نمادهای خاصی استفاده می کردند که معرف آنها بود. چاپگران اواخر سده نوزدهم میلادی نیز که به مهارت ها و استادی خود مفتخر بودند، بر روی تمامی چاپ نقش های خود نمادهایی را به صورت حرف نشانه یا امضاء چاپ می کردند که معرف حرفه و صنعتگری آنان بوده است. در آغاز سده بیستم نیز گاوچرانان آمریکائی برای مشخص کردن مالکیت دام های خود از علائم انحصاری استفاده می کردند، در واقع آنها از نوعی زبان تصویری استفاده می نمودند که سابقه آن به مصریان باستان می رسد.

● عوامل موفقیت لوگو یا نشانه

یک لوگو یا نشانه موفق به سرعت بر مخاطب تاثیر می گذارد و چشم را به شدت به خود جلب می کند. لوگو یا نشانه باید بی هیچ سخن یا کلامی به سرعت قابل تشخیص باشد و دارای انسجامی باشد که آن را از دیگر نشانه ها متمایز

سازد. نشانه خوب باید آنچنان قوی و معتبر باشد که تا مدت زمان طولانی همچنان اعتبار خود را حفظ نموده و قابل استفاده باشد. برای طراحی هر نوع حرف یا عبارت با ساختار نشانه راه های زیادی وجود دارد اما اصلی ترین ویژگی یک نشانه یا یک نماد خوب، سادگی یا ایجاز آن است.

اصطلاح معروف "کمترین بیشترین است" به کرات توسط طراحان و کسانی که طراحی تدریس کرده اند استفاده شده است. اصل "کمترین بیشترین است" به آموزه های مدرسه باهاوس مربوط می شود و باید به هنگام طراحی نشانه آن را به خاطر سپرد.

بنابراین ملاحظه می شود لوگو در عین سادگی دارای ویژگی ها و خصوصیات بسیار زیادی است که بایستی به طور ظریف و دقیق همگی این مفاهیم در قالب یک تصویر به وجود آید. به همین دلیل است که برخی معتقدند لوگو یکی از مشکل ترین موضوعات طراحی گرافیک است.

● واژه نشانه

طی سال های گذشته و توسط بعضی از استادان دانشکده های هنری در ایران سعی گردید به جای واژه آرم یا لوگو که یک اصطلاح بیگانه بود از واژه نشانه استفاده شود، ولی همانطور که در مباحث قبل اشاره شد واژه نشانه دامنه بسیار وسیع تر و گسترده تر از بحث گرافیک را در بر می گیرد. پس بهتر است از همان واژه آرم یا لوگو که امروز نیز زیاد مورد استفاده قرار می گیرد، استفاده نمود. طراحی آرم یکی از مهم ترین شاخه های رشته گرافیک محسوب می گردد و معرف هویت و شخصیت یک مجموعه، شخص، شغل و یا هرگونه فعالیت می باشد.

دسته ای از کارت های ویزیت که در آن ها آرم حرف اول را می زند یعنی به نوعی تاکید بر روی عناصر است. آرم باید در مکانی قرار گیرد که ترکیب کل کار را بهم نزند و در کنار نوشتار فضایی مناسب و ترکیب بندی چشم نواز داشته باشد. در کنار آرم همواره نام اصلی موسسه محصول یا موضوع درج می گردد که معرف آن می باشد. نوع حروف و نحوه قرار گرفتن آن از موارد مهم در کنار طراحی آرم در کارت ویزیت محسوب می شود. مجموع عناصر طراحی شده در کنار نوشته یک نوشته را کامل می سازند. یک آرم خوب و متعادل آرمی است که علاوه بر جنبه های زیبایی شناختی و رساندن مفهوم و موضوع ... در هنگام کوچک شدن و قرار گرفتن در کارت ویزیت از زیبایی و گویایی آن کاسته شود. دونالد آندرسون در کتاب عناصر طرح بیان می کند که تکنیک گاهی اساسی ترین عامل در ساده نمودن جزئیات یک شکل بغرنج و تبدیل آن به یک آرم هنری و قابل درک است و به همین دلیل باید دارای قابلیت های فراوانی باشد، در اصل یک آرم در حکم امضاء و مهر شخص و یا اشخاص مورد نظر است.

• طراحی نشانه نوشته (لوگو تایپ)

یکی از عوامل مهم و گاهی مهم ترین ابزاری که در شکل گیری یک هویت خاص یا یک یونیفورم کلی مورد استفاده طراحان قرار می گیرد لوگو است، لوگو تایپ یا نشانه نوشته، اغلب نام خاصی برای یک شرکت، مجموعه یا کالا و گاهی تنها یک نوشته حتی فاقد معنی است که با طراحی خاص و متفاوت ارائه نشده تا به اذهان بنشیند. در اکثر اوراق اداری در یک نگاه سریع اولین چیزی که به نظر مخاطبان می رسد لوگوی آن است، نام شرکت یا شخص حقیقی و ... که در بسیاری موارد مهم ترین پیام اوراق است. بیشترین کاربرد لوگوها آن است که برای مخاطب قابل شناسائی باشند.



بنابراین در طراحی لوگو خوانا بودن همراه با متفاوت بودن یا سایر لوگوهای هم موضوع یک اصل است. لوگو باید قابل درک، تاثیر گذار بوده و در ذهن بیننده باقی بماند. لوگو از سرمایه های معتبر یک شرکت محسوب می شود. با ارتقاء یک شرکت همچنان نام و لوگوی آن ثابت مانده و طراحی لوگو برای نشانه یک شرکت تولیدی یا خدماتی متفاوت است.

لوگویی که نشانه یک موسسه با دامنه فعالیت ها و مخاطبین محدود است، می تواند اندکی با دشواری خوانده شود و چندان ساده نباشد. هر چند که خوانایی و سادگی از اصول طراحی لوگو است.

یک لوگو در واقع، سمبلی است که مشخصات شرکت را نمایان می سازد. لوگو تایپ، همان نام شرکت می باشد، زمانی که یک لوگو تایپ در صفحه سربرگ قرار می گیرد به عنوان بخشی از هویت شرکت تلقی می گردد. لوگو ابزار با ارزشی جهت شناخت سریع تر شرکت به حساب می آید.

در کل یک لوگوی ایده آل از یک نظر باید پیام خود را بیان نماید و احساس مخاطب را نسبت به شرکت برانگیخته و نمایان سازد. حال این لوگو ممکن است کلیه عملکرد مورد نظر شرکت را بیان نکند.

در هر صورت یک لوگو تایپ باید دارای خصوصیات عمومی زیر باشد:

الف) عملکرد موضوع نشانه نوشته را نشان دهد.

ب) شناخته شده باشد.

ج) متنوع و متفاوت با لوگو تایپ های هممنوع خود باشد.

در صورتی که لوگو تایپ یک شرکت دچار تغییرات و دگرگونی اساسی شود مخاطبان آن فکر می کنند که نوع مالکیت شرکت تغییر کرده یا حوزه مربوطه کاملاً دچار تغییر شده است. باید توجه داشت که جدید ساختن لوگوی موجود یا همان ریدیزاین با استفاده از لوگوی قدیمی بهتر از کنار گذاشتن لوگوهای قدیمی و یا روی آوردن به یک لوگوی جدید یا همان نیودیزاین می باشد. نقش لوگو در ایجاد ارتباط و انتقال مفاهیم، نقشی کلیدی و بسیار پر اهمیت است.

• تکنیک های طراحی نشانه

از تعاریف تایپوگرافی بهره گیری از ظرفیت های بصری حروف و نوشتار عنوان شده است و یا تایپوگرافی را مرز مشترک تصویر و نوشتار دانسته اند و نیز ارتقای سطح و کیفیت بصری حروف و اعداد و عبارات.

یک کلمه تایپ شده مثل کلمه (شاهنامه) در دل یک متن صرفاً خواننده می شود در حالی که با بازی های بصری در ساختار همان کلمه حتی در حد ترکیب بندی متفاوت با همان فونت استفاده شده در کل متن، بعد تصویری و مانگاری بصری در اذهان را در مورد همان کلمه صد چندان می کند.

حال اگر فراتر از تغییر در ترکیب بندی حروف همان کلمه پیش رویم، یعنی تنها به تایپ معمولی و بهره گیری از فونت آماده بسنده نکنیم و تک به تک حروف را طراحی نماییم؛ این ویژگی مانگاری بصری تایپوگرافی بسیار بارزتر خواهد بود.

در یک اثر علاوه بر دیزاین و طراحی درست و اصولی اجزای آن، عوامل دیگری نیز در انتقال مفهوم تاثیرگذارند. از جمله ترکیب بندی یا ساختار افقی و عمودی طرح و یا تاثیر رنگ در نمایش نشانه نوشته و ایجاد ارتباط موثرتر با مفهوم مورد نظر طراح.

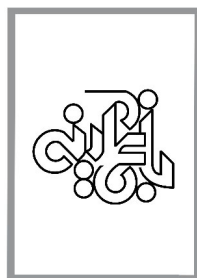
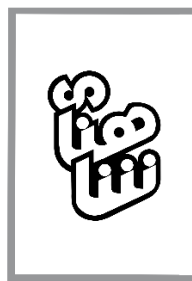
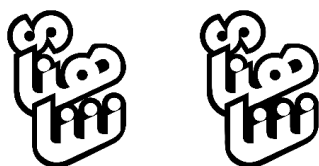
برای هر اثر گرافیکی در این بخش می باید سه مرحله از کار به نمایش در آید. اتود اولیه، اتود رنگی و کار نهایی. این سه مرحله به دو صورت در پروژه قابل ارائه می باشد. در روشن اول اتودهای اولیه به دنبال هم می آیند و پس از آن اتودهای رنگی در نگاره های شاهنامه و در آخر نمونه های اجرایی قرار می گیرند. در روشن دوم بر هر اثر گرافیکی ابتدا اتود اولیه اتود رنگی و نمونه نهایی آورد می شود

شاهنامه

شاهنامه

شاهنامه

شاهنامه

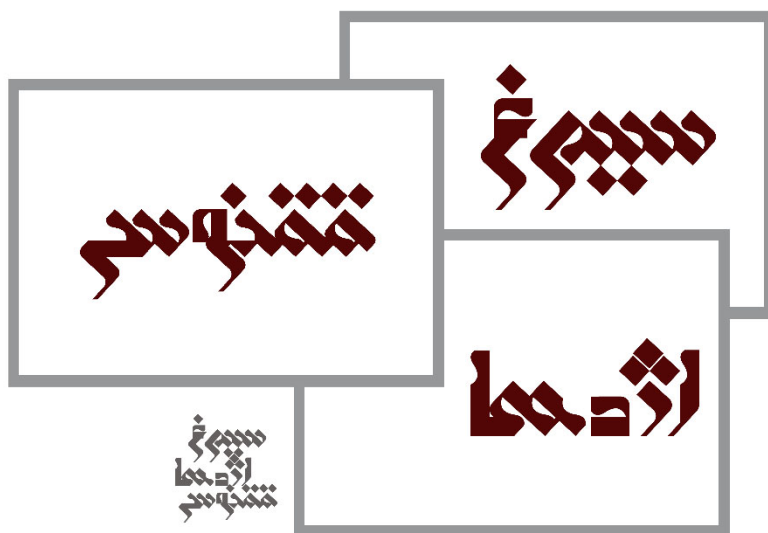




یکی از تکنیک های کلاسی موثر در آغاز تجربه کار با کلمه و طراحی نشانه نوشتاری روش بهره گیری از یک لوگوتاایپ الگو برای مطالعه ویژگیهای بصری و لیست کردن خصوصیات ظاهری حاکم در آن است (مثل فرم حروف، نقطه ها، رنگ، ترکیب بندی، توپر و توخالی بودن سطوح و...) و برای بهره گیری از آن ویژگی ها در طراحی عبارت خود البته با این شرط که هشتاد درصد حروف عبارتی که قرار است طراحی شود متفاوت از حروف نشانه نوشته انتخابی یا همان الگوی اولیه باشد.

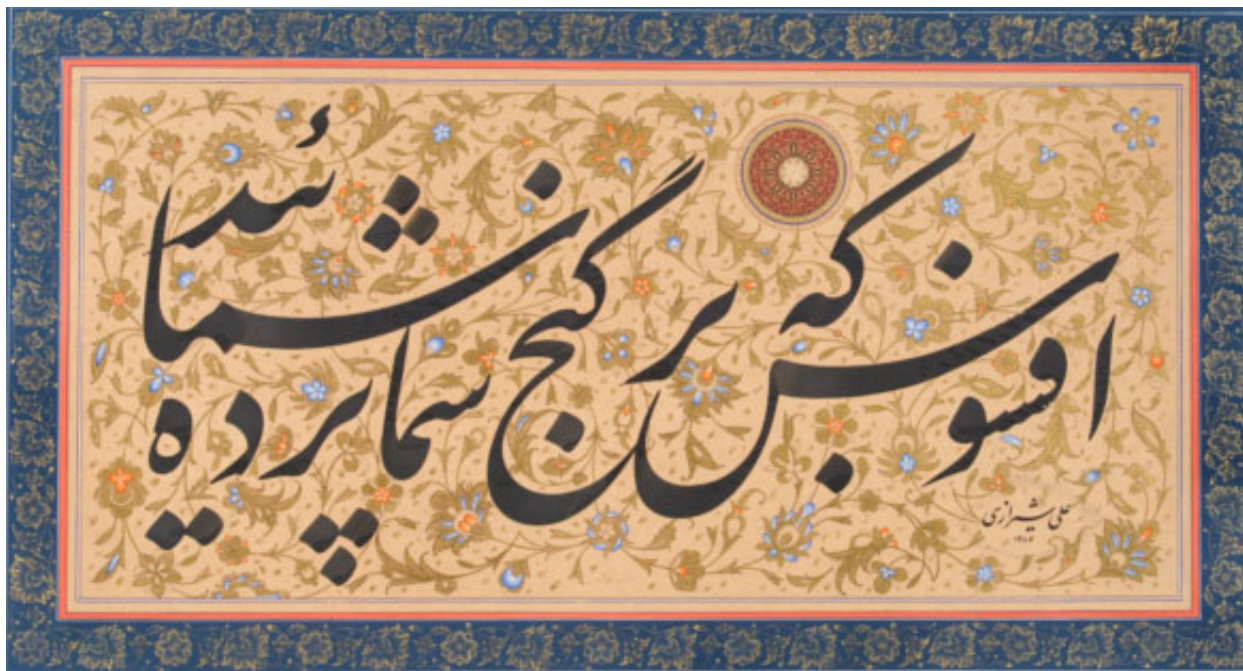


روش دیگر طراحی یک فرم خاص و بهره گیری از آن برای دو یا چند نشانه نوشته با هویت بصری هماهنگ و مرتبط است.



● قطعه نویسی و گرافیک

یکی از شکل های خوشنویسی قطعه نویسی است که به وفور می توان در طراحی گرافیک نشانه های آن را یافت



▲ قطعه نویسی اثر علی شیرازی



قطعه نویسی مربوط به جملات و عبارات کوتاه است و در اینجا خطاط قصد دارد تا به زیبایی خط بپردازد و یک اثر تزیینی خلق کند.

در قطعه نویسی ما بیشتر با مفهوم ترکیب بندی سروکار داریم و زیاد بحث کاربردی خط در اولویت نیست.

بسیاری از آثار گرافیکی با الهام از قطعه نویسی خلق شده اند . نقش محوری خط و تایپ را در طراحی گرافیک امروزه نمی توان منکر شد.

زمانی که کلیت یک اثر گرافیکی را عنوان اثر یا یک جمله تشکیل می دهد و اثر زیادی از تصویر سازی در آن نیست ، می توان حس کرد این همان ادامه قطعه نویسی در گرافیک است.

پوستر ۲۹ جشنواره فیلم فجر اثر مسعود نجابتی

ایمان فوری

همانطوری که اشاره شد تایپوگرافی یا «خط نگاری» و «خط نگاره» اثر گرافیکی است که نوشتار، شکل اصلی آن را تشکیل می دهد و در واقع، کیفیت ترکیب اثر به اعتبار نوشتار و حروف ایجاد می شود. طراحی و ابداع شیوه های جدید نگارش و نحوه ی کاربری های

آنها از دیگر عملکرد های تایپوگرافی، است. از طرفی دیگر شاید هدف اصلی تایپوگرافی، سرعت بخشیدن به ارسال هر چه سریع تر پیام و برقراری ارتباط به صورت «زبان تصویری» نسبت به نوشتاری عادی باشد. در دنیای امروز انسان ها بیش از هر عصر دیگر علی رغم فاصله های بسیار زیاد مکانی، با همدیگر در ارتباط هستند. این ارتباط گاهی در کمترین زمان ممکن صورت می گیرد و شاید به همین دلیل عصر حاضر را «عصر ارتباطات» نامیده اند.



گرافیک امروز ما مدیون سالها تلاش قدم هایی است که ذره ذره قوانین و قواعد خطاطی و خوشنویسی را بنیان نهادند. کاربردهای خط های کرسی و قواعد ترکیب بندی و همینطور مقیاس بندی را ما از گذشتگان به یادگار داریم. اگر چیزی بر آن افزودیم و به آیندگان رساندیم، نیکو عمل کرده ایم. چیزی که از خط فارسی امروزه داریم، رفیع و بلند به نظر می رسد و ما بر دوش نیاکان خود که در این راه زحمت ها کشیده اند سوار شدیم. باید توجه داشت چنانچه بخواهیم در زمینه تایپوگرافی موفق شویم چاره ای جز مطالعه و شناخت خطوط اصلی زبان فارسی نداریم. هر کس در این مهم به جایی رسیده است، بدون تحقیق، تدبر و مشق نبوده است. جوهره فرمی

خط هر چند مهم است، اما بدون مفهوم و رجوع به فلسفه وجودی آن، خوش نوشته ای با تاریخ مصرفی کوتاه خواهد بود.