



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: گرافیک (پوستر و نشانه) ترم: ۳ سال تحصیلی: ۱۳۹۸۱۳۹۹
نام درس: کارگاه طراحی نشانه نوشتاری نام و نام خانوادگی مدرس: سیده سارا قاسمیور مرادی
آدرس email مدرس: line.graphic@gmail.com تلفن همراه مدرس: ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

جزوه درس: کارگاه طراحی نشانه نوشتاری مربوط به هفته : اول □ دوم ■ سوم □
text: دارد ■ ندارد □ voice: دارد □ ندارد ■ power point: دارد □ ندارد ■
تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

به نام خدا

جلسه دوم

آشنایی با فونت های رایج در طراحی گرافیک
روانشناسی فونت

عناصر زیادی وجود دارند که می توانید از آنها برای ایجاد احساسات خاص در طرح های گرافیکی استفاده کنید. شکل ها، رنگ ها، نحوه چیدمان و... از جمله عوامل مهمی هستند که می توانند در ایجاد احساسات مختلف در طرح، از احساس شادی و هیجان گرفته تا احساس غم و اندوه مورد استفاده قرار بگیرند. در این میان یک مورد مهم دیگر وجود دارد که متأسفانه طراحان اغلب از آن غافل می شوند. این مورد همان روانشناسی فونت ها یا به عبارتی بهتر تأثیر فونت ها بر روان و احساسات مخاطبان است که می تواند اهمیت بسیار زیادی بر واکنش احساسی کاربران داشته باشد.

بنابراین روانشناسی فونت ها چیز قدرتمندی است که می تواند در نحوه به چشم آمدن طرح شما توسط مخاطبان تأثیرگذار باشد. اما روانشناسی فونت ها دقیقاً چیست؟ چرا اینقدر مهم است؟ و چگونه می توانید از آن برای تأثیرگذاری در پروژه های طراحی گرافیک خود استفاده کنید؟

به طور خلاصه روانشناسی فونت ها علمی است که به مطالعه چگونگی تأثیرگذاری فونت های مختلف به افکار، احساسات و روان افراد می پردازد. افراد مختلف دارای افکار، احساسات و نحوه ارتباطات خاصی در نحوه برخورد با موضوعات مختلف هستند. این موضوع در برخورد با فونت ها نیز صادق است. برای مثال وقتی شما از فونت Comic Sans در یک طرح استفاده کنید، واکنش احساسی مردم نسبت به آن متفاوت از واکنش آنها نسبت به فونت هایی نظیر Arial, Roboto, و یا Montserrat خواهد بود. بنابراین اگر می خواهید بر احساس مخاطبات طرح خود تأثیرگذار باشید، روانشناسی فونت ها را به عنوان یک ابزار مهم در نظر داشته باشید. اگر با این مورد آشنایی کافی داشته باشید می توانید به خوبی از آن به نفع خود استفاده کنید .
به طور خلاصه باید گفت که اهمیت اصلی روانشناسی فونت ها در این است که به شما کمک می کنند بهترین فونت را برای طراحی خود انتخاب کنید.

این مورد باعث خواهد شد تصمیمات خود را بهتر در طرح اعمال کنید و نظر و احساس کاربران را به سمت دلخواه خود هدایت کنید. برای مثال فرض کنید در حال طراحی یک پوستر تبلیغاتی با موضوع لباس کودکان هستید و می خواهید این طرح احساس شور و نشاط و سرگرمی در مخاطبان ایجاد کند. در این حالت استفاده از یک فونت Script یا یک فونت گرافیکی بهتر از یک فونت رسمی سنس یا سنس سریف جواب خواهد داد .

نکته بسیار مهم این است که وقتی شما یک طرح را طراحی می کنید، واکنش مخاطبان نسبت به آن برای شما بسیار حائز اهمیت خواهد بود فرض کنیم در حال طراحی یک بنر برای شبکه های اجتماعی نظیر اینستاگرام یا فیسبوک با هدف فروش بیشتر محصول خود هستید. برای رسیدن به این هدف باید فونتی را انتخاب کنید تا احساس هیجان را در کاربران ایجاد کرده و آنها را برای درآوردن پول از کیف خود و خرج آن ترغیب کند! بدین شکل است که می توانید به کمک قدرت روانشناسی فونت ها و تأثیرگذاری آنها بر ذهن و رفتار مخاطبان، نتیجه را به سود خود تغییر دهید .

قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای آرایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



خانواده فونت های serif

فونت های دسته سریف کلاسیک ترین فونت ها محسوب می شوند. وقتی از این فونت ها استفاده می کنید در واقع به مخاطبان خود می گوئید که شما مطمئن هستید و آنها می توانند به شما اعتماد کنند. احساساتی که اینگونه فونت ها برای مخاطبان شما به ارمغان می آورند چنین است .

- اعتماد
- توجه
- قدرت
- تشریفات

این فوت های برای استفاده های زیر بسیار مناسب هستند .

- شرکت های مالی
- شرکت های حقوقی
- شرکت های بیمه
- مشاوران و امور مشاوره ای

خانواده فونت های san serif

فونت های دسته ی سنس سریف فونت های بروز و مدرنی هستند که از بسیار مورد استفاده طراحان قرار می گیرند. این فونت ها به خوبی چشم و نظر افراد را سمت خود جذب می کند.

احساساتی که این فونت ها در مخاطبان ایجاد می کنند شامل موارد زیر می شوند :

- پیشرفت و مدرن بودن
- اعتماد
- پیچیدگی
- تمرکز

بهترین استفاده این فونت ها نیز برای موارد زیر است :

- شرکت های فناوری و تکنولوژی
- موارد مرتبط با مد و فشن
- استارت آپ ها



خانواده فونت های script

فونت های دسته ی اسکرپیت فونت هایی امروزی و پیچیده هستند که نحوه اتصال حروف در آنها نسبت به فونت های دیگر کاملاً متفاوت است و این تفاوت سبک خاصی را برای آنها به وجود آورده است. احساس سرگرمی و هیجان در این فونت ها بیش از هر فونت دیگری حس می شود. از موارد دیگر تاثیرگذاری این فونت ها می توان به لیست زیر اشاره کرد:

- زیبایی
- پیچیدگی
- تفنن
- خلاقیت
- شادی و هیجان و خوشحالی
- شخصی

استفاده از این فونت ها برای موارد زیر پیشنهاد می شود :

- برندهای غذا و نوشیدنی
- محصولات مد
- برندهای مرتبط با محصولات بچگانه

آموختیم که پشت صحنه ی فونت ها نیز مانند رنگ ها، اتفاقات زیادی در جریان است و فونت ها نیز می توانند مانند رنگ ها و سایر عناصر طراحی بر ذهن و رفتار مخاطبان موثر واقع شوند. بنابراین در نظر داشته باشید که انتخاب فونت نیز به اندازه سایر عناصر طراحی و حتی بیشتر می تواند بر طرح نهایی شما و استقبال مخاطبان از آن موثر باشد. یک انتخاب صحیح می تواند شما را به هدف طرحتان نزدیکتر کند و بازی را به سود شما تمام کند. همچنین یک انتخاب اشتباه میتواند آثار مخرب و جبران ناپذیری در پروژه طراحی شما داشته باشد پس در انتخاب آن دقت کنید .

پروژه عملی

- مجموعه اول

- عکاسی از عناصر حیوانی (اجزای حیوان همانند : چشم ، پای حیوان و...)، عکاسی از عناصر انسانی (اجزای انسان همانند چشم و لب و انگشتان و...)، عکاسی از حشرات ، عکاسی از گلها و گیاهان ، عکاسی از ابنیه (بنا و اجزای معماری همانند محراب ف گنبد و ...) ، عکاسی از اشیاء .

- انتخاب بهترین عکسها از هر موضوع توسط مدرس.

- عکس های انتخابی در داخل نرم افزار با فیلتر stamp در فتوشاپ آنالیز شوند و به صورت سیاه و سفید فضای مثبت و منفی در آید .

پایان آموزش جلسه دوم

قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



A large empty rectangular box intended for content.

قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای آرایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.