



مقطع تحصیلی: کاردانی  کارشناسی  رشته: روابط عمومی. ترم: ۲... سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹  
 نام درس: ..... ارتباط تصویری ..... نام و نام خانوادگی مدرس: .. شیما گلچین.....  
 آدرس email مدرس: ..... تلفن همراه مدرس: ۰۹۱۲۳۳۶۱۶۹۴.....

جزوه درس: .. ارتباط تصویری ... مربوط به هفته : اول  دوم  سوم  چهارم پنجم ... ششم   
 text: دارد  ندارد  voice: دارد  ندارد  power point: دارد  ندارد   
 تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

بسمه تعالی

## ارتباط تصویری

نشانه های نوشتاری به دو گونه تقسیم می شوند:

لوگو تایپ :

نشانه هایی هستند که نوشتار آنها بر اساس نام کامل موضوع است و با طراحی ویژه (و غالباً متفاوت از شکل حروف متداول)، ارائه می شوند.



لوگوی موزه رضا عباسی - اثر مرتضی ممیز  
(طراح و بنیان گذار رشته گرافیک در ایران)



لوگوی ایران خودرو - اثر بیژن جناب (یکی از  
بنیانگذاران انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران)

مونو تایپ (مونو گرام) :

نشانه هایی هستند که نوشتار آنها، حرف ابتدای نام موضوع است و با طراحی ویژه متفاوت از شکل حروف متداول ارائه می شوند. لازم به توضیح است بعضی از صاحب نظران معتقدند در صورتی که نام موضوع، دارای بیش از یک واژه باشد، طراحی بر اساس حروف آغازین واژگان موضوع، نیز "مونوگرام" خواهد بود.



Victoria and Albert Museum



Gucci

در طراحی یک نشانه، باید چند عامل مورد توجه قرار گیرند که برخی از آنها به شرح زیر است :

#### ۱) سادگی :

یک نشانه خوب، ترجیحا از عنصر بصری اندکی شکل گرفته است. لازم است ، اشاره شود که منظور از اندک بودن این عناصر ، ضرورت پیشگیری از پراکندگی بصری نشانه است.

#### ۲) توازن، تعادل، تناسب :

به عبارت دیگر تیرگی و روشنایی سطوح، ضخامت و نازکی خطوط و... باید از توازن و تناسب لازم بهره برده و در اتصال و چیدمان خطوط در کنار یکدیگر، از ریتم مناسب برخوردار باشد.

#### ۳) قابلیت رنگ پذیری :

یک نشانه، باید در عین آنکه توانایی ارائه با یک رنگ را داشته باشد، هنگام ارائه رنگی، نباید ضعیف شود و یا در صورت ارائه نسخه رنگی، نسخه تک رنگ آن بی روح و کم جلوه نشان دهد. ضروری است توجه داشته باشیم، هنگامی که برای یک نشانه پیشنهاد رنگ می کنیم، جنبه های زیبا شناختی و مفهومی ، با هم مورد توجه قرار گیرند.

#### ۴) امکان تغییر ابعاد :

آرم، باید به گونه ای طراحی شده باشد که در صورت لزوم بتوان آن را به مقیاس مورد نیاز کوچک یا بزرگ کرد، بدون آنکه شکل کلی آن آسیب بینند. نشانه هایی که هنگام کوچک شدن (تا حدی که بتوان آنها را بر روی کارت ویزیت چاپ کرد). اجزاء آن غیر قابل تشخیص می شوند. همچنین نشانه ای که هنگام بزرگ شدن ، اجزاء آن ترکیب خود را از دست بدهد، آرم های ایده آلی نیستند.



## ۵) ماندگاری تصویری :

پیش بینی، لزوم کاربرد و انتخاب عناصر بصری که دارای تاریخ مصرف کوتاه مدت نباشند. به عبارت دیگر، عوامل بصری مورد استفاده در یک نشانه، باید برای دو تا سه دهه، از سوی جامعه قابل پذیرش باشند و کهنه نشوند. ضمن آنکه ساختار کلی یک آرم، باید به گونه ای باشد که امکان تغییر و تبدیل در آن، بدون لطمه زدن به هویت آن مورد نظر، موجود باشد.

## ۶) گویایی :

تصویر کلی باید کاملاً گویا باشد و با تصاویر دیگر استفاده نشود. طراحی یک گل، به گونه ای که یک خورشید را تداعی کند و آن خورشید مطلقاً مورد نظر نباشد و نقشی در فعالیت موضوع نداشته باشد، می تواند ضعفی غیر قابل چشم پوشی باشد.

## ۷) جهت قرار گیری :

ترجیحاً جهت قرار گیری خود را مشخص کند. در برخی موارد، نشانه هایی که برای نخستین بار در روئیت مخاطب قرار می گیرند، ممکن است از چند جهت دارای مفهوم باشند که این مورد در صورتی که ناخواسته و ناخودآگاه از سوی طراح اعمال شده باشد، یک ضعف بزرگ است. البته در نشانه هایی که از هر جهت یا از دو جهت مخالف، دارای یک فرم تصویری هستند، این امر یک نقطه قوت قابل توجه به حساب می آید.

## ۸) هماهنگی فرهنگی :

استفاده از عناصر بصری مرتبط با موضوع و در عین حال ریشه دار در فرهنگ جامعه ای که آرم برای آن طراحی می شود، می تواند مورد توجه قرار گیرد.

**علاوه بر موارد یاد شده، اصولی نیز در رسامی نشانه باید مورد توجه قرار گیرند. مواردی که جنبه تکنیکی و**

**اجرایی در طراحی نشانه دارند، به شرح زیر است :**

➦ معمولاً نشانه را، بزرگ تر از متوسط ابعادی که بطور متداول مورد استفاده قرار می گیرند، اجرا و طراحی می کنند. (نشانه بر روی سربرگ و کارت ویزیت معمولاً حدود ۶ تا ۱۲ سانتی متر مربع فضا اشغال می کند).



نسبت سطوح مثبت و منفی، (تیرگی و روشنایی طرح) و میزان پراکندگی آنها در کل نشانه، باید به گونه‌ای باشد که سنگینی نامتعارفی در بخش‌هایی از اثر به چشم نیاید.

ترجیحاً طرح در یک کادر هندسی متداول، (فرمهای اصلی مربع، مثلث و دایره) قابل تعریف باشد. البته این مورد در دنیای امروزه گرافیک، امری قابل اغماض است. ولی باید دقت کرد، در نشانه‌های اداری دولتی همچنان مورد درخواست و توجه است.

در طراحی لوگوتایپ و مونوگرام نیز باید توجه داشت که اصرار در همراه کردن مفهوم و زیبایی، تاحدودی طرح را دچار سردرگمی و تضاد می‌کند. برای مثال چنانچه لوگوتایپی، برای صنایع مبلمان اداری طراحی می‌کنید، اگر بخواهید در گام نخست شکل یک صندلی اداری را در لابلای طراحی نوشتار آن موضوع ایجاد کنید، به احتمال بسیار زیاد، جذابیت طرح را فدای مفهوم آن کرده‌اید. (اگرچه در بعضی موارد امکان پذیر است.) بنابراین توصیه می‌شود، در طراحی نشانه‌های نوشتاری همانگونه که از نام این نوع نشانه مشخص است، در نخستین گام، طراحی یک نوشتار زیبا را هدف قرار دهید. سپس در صورتی که امکان پذیر باشد، دخیل کردن عناصر تصویری مرتبط را نیز مورد توجه قرار دهید. همچنین در انتخاب، چگونگی خطوط مورد استفاده و یا رنگ به کار گرفته شده در لوگوتایپ، یقیناً به محدوده فعالیت صاحب نشانه توجه خواهیم داشت، ساده‌ترین و معمول‌ترین شیوه‌های طراحی لوگوتایپ (و در مواردی مونوگرام) عبارتند از :

طراحی بداهه، طراحی سریع و متوالی نام مورد نظر با نوشت افزارهای گوناگون، مانند ماژیک‌های سرتخت و گرد و یا با قلم موهای متفاوت..

توجه به حروف نامی که برای آن طراحی می‌کنید. گاهی اوقات بعضی حروف تشکیل دهنده نام مورد نظر، امکان هماهنگی ریتمیک و قابل توجهی با دیگر حروف را فراهم می‌کنند که نهایتاً سبب وحدت، انسجام و زیبایی اثر می‌شود.

### پیکتوگرام:

نشانه‌هایی هستند، عموماً تصویری و کمتر نوشتاری که وظیفه آنها راهنمایی مخاطب است و این راهنمایی از طریق هشدار دادن در مورد اماکن خاص، فعالیت‌های ویژه و یا لزوم انجام دادن یا خودداری از انجام عملی است.

پیکتوگرام، باید دارای بار معنایی مشخص باشد و مخاطب با دیدن آن بلافاصله این معنی را دریافت کند. همانطور که ذکر شد، پیکتوگرام، غالباً بصورت تصویری و فاقد نوشتار مفصل ارائه می‌شود. همچنین در



طراحی آن ، جنبه های فرا محلی و فرا ملی بودن بسیار اهمیت دارند. به عبارتی طرح باید به گونه ای باشد که در جوامع مختلف امکان ارائه داشته باشد و در تمامی این موارد، بار معنایی یکسانی را منتقل کند. برای مثال پیکتوگرامی که برای موارد قابل اشتغال یا هشدار خطر آتش سوزی طراحی می شود، باید برای تمامی مخاطبان ( از نظر سن، سواد، شغل ، جغرافیا و...) به یک اندازه قابل فهم باشد. بستر ارائه پیکتوگرام بسیار متنوع است. از جاده ها و خیابان ها گرفته علائم راهنمایی و رانندگی تا بسته بندی کالاها (علائم قابلیت بازیافت و یا ضرورت انداختن زباله ی آن در زباله دان) و البسه و پوشاک (نحوه شستشو و اتو زدن) و... در تمامی موارد بهره برداری از آن امکان و ضرورت دارد. پیکتوگرام، معمولا بصورت تک رنگ ارائه می شوند. اگر چه به کاربرد و عملکرد رنگ در آنها نیز باید توجه داشت. سادگی در پیکتوگرام بیش از نشانه های تجاری و فرهنگی ضرورت دارد. ولی از نظر اصول اجرا، پیکتوگرام ها نیز تابع اصول اجرایی انواع دیگر نشانه ها هستند. هنگام طراحی مجموعه ای از پیکتوگرام برای یک فعالیت، باید عوامل بصری، نوع خط، مجموعه رنگ های مورد استفاده، کادر و... همگی دارای یک روحیه باشند و حتی ترجیحا میزان و نسبت به کار گیری این عوامل در کنار یکدیگر و در تمامی پیکتوگرام ها مجموعه یکسان باشد. چنانچه در مجموعه پیکتوگرام یک بیمارستان کادر اصلی مربع است. این کادر نباید در بعضی نمونه ها به دایره تبدیل شود. اگر عنصر یا عناصر بصری به گوشه ای از کادر اتصال دارند، این مورد باید تا حد امکان در نمونه های دیگر نیز رعایت شود. همچنین نحوه ترکیب تیرگی و روشنایی، بایستی در تمامی نمونه ها هماهنگ باشد. به این معنا که اگر پس زمینه ، دارای تیرگی و عنصر بصری درون آن بصورت نگاتیو ارائه می شود، ارائه مواردی که پس زمینه، فاقد رنگ و عنصر بصری درون آن پوزیتیو است، به هماهنگی مجموعه لطمه وارد خواهد کرد.



**THE BEATLES**

**THE BEATLES?**



**BOB DYLAN**

**BOB DYLAN**



**THE ROLLING STONES**

**THE ROLLING STONES?**