



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: گرافیک (پوستر و نشانه) ترم: ۴ سال تحصیلی: ۱۳۹۸-۱۳۹۹
نام درس: کارگاه طراحی کاتالوگ و بروشور نام و نام خانوادگی مدرس: سیده سارا قاسمیپور مرادی
آدرس email مدرس: line.graphic@gmail.com تلفن همراه مدرس: ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

جزوه درس: کارگاه طراحی کاتالوگ و بروشور مربوط به هفته : هفتم ■
text: دارد ■ ندارد □ voice : دارد □ ندارد ■ power point : دارد □ ندارد ■
تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

به نام خدا

جلسه هفتم :

انتخاب فونت یا تایپو گرافی در طراحی بروشور و کاتالوگ محصولات مصرفی

انتخاب فونت و یا تایپو گرافی در این بخش را می توان شرحی از انتخاب نوع نوشتن حروف و طرز به کار گیری آن ها برای بهترین پیام رسانی در طراحی بروشور و کاتالوگ محصولات مصرفی دانست. درک این موضوع که انتخاب فونت یا تایپو گرافی در طراحی کاتالوگ و بروشور محصولات مصرفی موفق و فروشنده تا چه حد برای طراحان گرافیکی نقش کلیدی دارد و خوانایی و تناسب حروف انتخاب شده می تواند باعث شکست یا موفقیت برقراری ارتباط پیام باشد ، اهمیت بسیاری دارد. از سال های ۱۹۸۰ که رایانه های شخصی به بازار آمدند ، ذات کار طراحی بروشور و کاتالوگ محصولات مصرفی با حروف کاملا دستخوش تغییر شده است ، به خصوص که گرافیک های رابط با کاربران ، با شکل هایی که دارند ، جای نوشته را گرفته اند و معنی تصویری دارند (مانند علامت های تصویری ابر ، خورشید ، خانه و حالت های چهره و ...)

در گذشته خط نگاران (حروف لاتین) سال ها آموزش می دیدند و با قوانین بسیار خشک و کنترل شده کار می کردند یا اینکه محدودیت هایی در فرصت تجربه کردن شکل های گوناگون حروف داشتند . ریشه بسیاری از قوانین انتخاب فونت یا تایپو گرافی به زمان هایی بر می گردد که قالب های انعطاف پذیر فلزی وجود داشتند و در حالی که درک اصول انتخاب فونت یا تایپو گرافی اهمیت بسیاری دارد ، اغلب طراحان گرافیکی آماده ریسک کردن و چالش با پیش دآوری ها هستند و در کارهای اجرایی بسیاری با حروف سادگی بازی می کنند تا پیام مطلوب را به مخاطب برسانند. امروز همراه با افزایش استفاده از انواع حروف ، برای طراح گرافیکی تصمیم گیری سریع درباره سبک انتخاب فونت یا تایپو گرافی مناسب با طراحی انجام شده برای کاتالوگ بروشور و محصولات مصرفی از اهمیت حیاتی برخوردار است . اولین تاثیر نامطلوبی که انتخاب فونت یا تایپو گرافی نامناسب دارد ، به آسانی قابل تغییر نیست ؛ حال طراحی بروشور و کاتالوگ محصولات مصرفی هر چقدر هم خوب باشد . انتخاب فونت و یا تایپوگرافی باید منعکس کننده طبیعت نشان تجاری و یا همان لوگو یا محصول و یا خدمات باشد و انتخابی که لحن هم فکری با بیننده را داشته باشد در برقراری ارتباط با پیام ، موثر است . اگر نوع لحن به کار رفته نادرست باشد بیش از همه معنا و انسجام عنوان است که از دست می رود. در بسیاری از فضاهای هر طرح کاتالوگ و یا بروشور ، ساده بودن حروف مهم است . بیشتر طراحان گرافیکی اغلب با انواع محدودی از حروف که می پسندند و در گذشته کاربرد خوبی داشته است ، کار می کنند . به هر حال ، انواع حروف در زمینه انتخاب فونت یا تایپو گرافی بر اساس نظم خاصی طراحی و دیده می شوند؛ بنابراین دانستن آخرین تحولات و سبک های به وجود آمده ، سودمند است. اگر کاتالوگ و یا بروشوری حاوی عنوان ، حجم نوشته و سطر نوشته است ، توصیه می شود از انتخاب چند نوع حروف در آن صرف نظر شود ؛ زیرا سر در گمی بصری ایجاد می کند . روش دیگری که می تواند جایگزین استفاده از چند نوع حروف باشد ، اندازه ها و ضخامت های متنوع در حروف است .



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



البته به طور کلی انتخاب فونت یا تایپو گرافی باید متناسب با رابط یا رسانه ای باشند که برای نمایش برنامه تبلیغاتی برنامه ریزی شده است. مثلاً حرفی که مناسب بروشور و کاتالوگ محصولات مصرفی است برای یک برنامه تبلیغاتی تلویزیونی یا آنلاین کلاً ناجور است و یا حروف لبه دار (سریف که با گل و بته و خط های اضافی تزئین شده اند) هر چند که عالی هم باشند، به درد تبلیغی نمی خورد که از صفحه نمایش دیده می شود، و این نوع حروف با طرح جانبی و اضافی خود، همیشه تصویری غیر واضح دارند. دشواری خواندن اسامی تیتراژ پایانی فیلم را بر پرده نمایشی که بزرگ است در نظر بگیرید. استفاده از اندازه کوچک، لبه های ظریف حروف هم به این شکل در هنگام چاپ، حتی اگر زمینه ساده و بدون رنگ باشد، ریسک است. اگر برنامه تبلیغاتی هم شامل چاپ و هم پخش از صفحه رسانه باشد، پس برای اجرای موفقیت آمیز، انتخاب حروف تبلیغ باید از نوعی باشد که به خوبی بتواند در قالب هر دو وسیله جای بگیرد.

در حقیقت در طراحی کاتالوگ و بروشور جهت افرادی که به عنوان رابطه تولید کننده، بازار هدف و مخاطبین می باشند، جمع آوری و چاپ می گردد. این افراد معمولاً خریدهای انبوهی دارند و یا افرادی هستند که وظیفه ارائه محصول را دارند. کاتالوگ ها معمولاً به صورت محدود چاپ و در اختیار خریداران و شرکت ها قرار می گیرند. کاتالوگ ها گونه ای از تبلیغات در زمینه تولید و ارائه خدمات است که می توان آن ها را برقرار کننده مستقیم و انتقال دهنده مفهوم و تاریخچه و محصولات شرکت دانست. از ایجاد کاتالوگ تا کنون زمان زیادی نمی گذرد طراحی کاتالوگ گرافیکی نزدیک به یک قرن است که رواج یافته است. با رشد محصولات و خدمات و همچنین عدم جوابگویی تراکت ها و بروشور های تک رنگ و همچنین هزینه بر بودن معرفی های حضوری ناچار برای ایجاد انگیزه و معرفی محصولات در بازار شرکت ها اقدام به خلق شیوه جدیدی از گرافیک شدند تا مخاطبین بتوانند در فرصت مناسب با تولیدات و خدمات ارائه شده توسط شرکت ها آشنا شوند، همچنین با رشد و تنوع کالاها برای جامعه و همچنین گسترش فعالیت های صنعتی بعد از جنگ جهانی، صنعت تبلیغات را به گونه ای رشد داد که هیچ وقت خدمت و یا محصولی بدون طراحی کاتالوگ جایی در بازار نداشت باشد. لذا در طی زمان جهت هدایت ذهن مخاطبین باید روشی یافت تا با آن روش بتوان بازار موجود را از دست دیگر رقبا خارج نمود و این فعالیت ها در نهایت تبدیل به رشد عرصه گرافیک و طراحی گرافیکی گردید. کاتالوگ گرافیکی ابزار مناسبی بود تا مخاطبین بتوانند راغب به خواندن و دیدن تصاویر در جهت شناخت بالاتر محصولات و خدمات، در زمان کوتاهی باشند.

کاتالوگ و بروشور از عناصری همچون ارائه شناخت از لحاظ کمی و کیفی - تصاویر محصولات معرفی شرکت ها و ساختار فنی چه از مسیر گرافیکی و چه از نظر ستون، عملکردهای وسیعی دارد.

پروژه عملی:

جلسه هفتم:

- انتخاب یک رستوران و یا کافی شاپ و طراحی یک کاتالوگ در ابعاد دلخواه.
- فرم و شکل فیزیکی می تواند به صورت دفترچه ای باشد و یا لتی (تا)، بسته به حجم اطلاعات.
- می تواند دارای برشهای نامتعارف باشد.
- خلاقانه و جذاب و زیبا باشد.
- گرید متن و تصویر آزاد و خلاقانه.
- اتودها ابتدا به صورت مدادی باشد. جای ستونهای متنی و نوشتاری و تصاویر و عناوین اصلی و فرعی در اتود مشخص گردد.
- به فرم و شکل لوگوی مکان مورد نظر وفادار باشید.
- استفاده از تصاویر جایگزین بسیار با کیفیت در جهت معرفی خدمات و سرویس رسانی.
- سه مدل ترکیب بندی متفاوت اتود بنزید.
- استفاده از رنگامیزی زیبا متناسب با موضوعیت.

پایان آموزش جلسه هفتم

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



A large empty rectangular box intended for student responses or answers.

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