

نام درس: خوشنویسی گرافیک ۲

جلسه: ۳

عنوان: طراحی حروف

برای آشنایی با طراحی فونت فارسی، ما نیازمندیم منبع طراحی فونت که خوشنویسی فارسی است را بهتر بشناسیم. بدون آشنایی با خوشنویسی فارسی، امکان طراحی درست تایپ فارسی بسیار کم میشود. که فهرست وار و بصورت خلاصه چهار قاعده ی اصلی برای خوشنویسی بیان میشود که این قواعد عینا میتوانند پایه ی اصلی طراحی تایپ و تایپوگرافی امروز باشند

اصول

اصول به معنی ریشه ها و پایه هاست و در اصطلاح عبارتست از: درستی شکل و ساختار همه ی حروف و استحکام و اعتدال آنها از الف تا یا . یعنی همه ی حروف از لحاظ ضخامت و نازکی و جهت قلم و ارتفاع و پهنای آنها از یک قاعده ی یکسان پیروی کنند.

اصول شامل یازده جز اصلی است:

- ۱- قوت
- ۲- ضعف
- ۳- سطح
- ۴- دور
- ۵- صعود حقیقی
- ۶- صعود
- ۷- مجازی
- ۸- رعایت سیاهی (فضای منفی)
- ۹- رعایت سفیدی (فضای مثبت)
- ۱۰- رعایت موارد بالا در گره ها

نسبیت

نسبت یا تناسب که قاعده ی دوم دستگاه درستی تشکیل ساختار و شکل است، عبارت از آن است که هر حرفی را که با قلم بنویسند از لحاظ ضخامت، حروف هم جنس و شکل های مشابه آن نیز به همان اندازه و موافق هم باشند. مثلاً حرف نون در یک جا کوچک و در جای دیگر بزرگ نباشد

ترکیب

ترکیب عبارتست از آمیزش معتدل و موافق حروف، کلمه، جمله، سطر، دو سطر، چند سطر با هم، و زیبایی اوضاع کلی آنها، به طوری که خوشایند طبع سلیم و ذوق مستقیم گردد. در واقع همان رعایت فاصله ی حروف (کرنینگ) و فاصله ی سطرها (لدینگ) در تایپوگرافی مدرن است

کرسی

کرسی که در لغت به معنای تکیه گاه و نشست گاه تخت است، اصطلاحاً عبارت است از نشستن اجزای گوناگون حروف روی نشست گاه هایی برابر. به واقع کرسی عبارتست از خط و یا خطوط مستقیمی که برای نوشتار باید در نظر گرفت، تا کلمات و حروف را به میزان آن به طور قرینه و برابر و معادل هم در سطری مرتب و جایگزین ساخت

با توجه به تعاریف ارائه شده و به منظور یادگیری این موارد بعنوان بیس اصلی در ادامه بصورت روان در سه مرحله ی مجزا طراحی حروف را شروع میکنیم.

مرحله اول: انتخاب مسیر

شروع کار طراحی روش های متعددی دارد و شیوه ای کلی و جهان شمول را نمی توان برای آن در نظر گرفت. روش های طراحان مجزا از یکدیگرند و گوناگونی خاص خود را دارند. اما از میان همه ی آنها، روشی متداول و کلاسی که مسیر ما را برای طراحی روشن تر می کند، روش تهیه اطلاعات مربوط به تایپی است که میخواهیم طراحی کنیم. دانستن جواب سوال هایی همچون: کاربرد تایپ فیزی که تصمیم به طراحی آن

داریم، چیست؟ قرار است برای کدام مخاطب طراحی شود؟ اولین گام برای شروع کار است. تهیه چنین فهرستی کمک بزرگی برای شروع منطقی و مطمئن برای رسیدن به نتیجه است.

۱- کاربرد: رسمی، نمایشی

۲- مورد استفاده: روزنامه، انتشارات، تلویزیون، بیلبرد، صفحه های وب و...

۳- مخاطب: عام، خاص، گروه های سنی مختلف، طرفداران ورزش، مد یا فناوری و...

۴- موضوع: ورزش، طنز، سیاسی، مد، هنر، فناوری و...

۵- ...

برای مثال تصور کنید می خواهید تایی را برای استفاده در روزنامه ای رسمی که مخاطب آن عموم مردم در ده های سنی ۴۰ تا ۶۰ سال اند طراحی کنیم. سلیقه و گنجینه ی بصری این گروه مخاطب در مقایسه با یک انتشارات کتاب داستان کودک متفاوت است. (گنجینه ی بصری مخاطب، تمام حروف و خطوطی است که مخاطب در طول زندگی خود از دوران گذشته و حال دیده، مورد مطالعه قرار داده، و از آنها اقتباس و استفاده کرده و در حافظه اش ثبت شده است.)

مثال دیگری از فهرستی به بیان عامیانه را همراه با جزئیات بیشتر برای درک بهتر موضوع در زیر می آوریم:

۱- محدودیت های فضای استفاده. مثلاً عرض ستون کم روزنامه... مثلاً در یک روزنامه با توجه به

محدودیت فضا از فونت ریزتری نسبت به کتاب استفاده میشود. همین حدود تعیین میکند که ما چقدر محدودیت در طراحی داریم. معمولاً اندازه های کوچک خیلی چهارچوب بسته تری دارند، پس نیاز است که به این صورت طراحی شوند.

۲- کاربردش کجاست؟ زمینه استفاده از قلم؟ زمینه کاری سفارش دهنده؟ مثلاً فونتی که قرار است مخاطب را در ویتترین فروشگاه جذب کند با فونتی که در کتاب پزشکی است و نیازی ندارد که به مانند فوت فروشگاه جذاب باشد، ویژگیهای متفاوتی دارد. ترجیحاً رسانه ی بی طرفی باشد یا فونتی که در تهیه ی مواد غذایی استفاده میشود نسبت به فونتی که در کاور موسیقی ایرانی بکار می رود، حس و فضای متفاوتی دارد.

۳- رسانه چیست؟ مثلاً روزنامه چند ویژگی خاص خودش را داراست: خبری است، خیلی وقتها در حین حرکت خوانده میشود، کیفیت چاپ نسبتاً پایینی دارد، قطع کاغذ آن بزرگ است. این شرایط برای طراحی فونت مطبوعات تعیین کننده است.

۴- حجم مطلبی که قرار است با این فونت دیده شود، چقدر است؟ بعنوان مثال در حالت ایده آل در شعار تبلیغات چند کلمه بیشتر نیست. بر روی پوستر شاید دو خط باشد و در مجله چندین صفحه.

- این نشان میدهد در مجله مسائلی مانند خوانایی و روان خوانی ، پاراگراف بندی، ستون بندی و چند سزری بودن نوشتار مطرح است و یقینا باید بر این نکات تفکر کرد.
- ۵- در کنار زبان دیگری هست؟ یا فقط زبان فارسی مطرح است. مسئله هم نشینی با زبان دیگر مسئله ای حائز اهمیت است.
- ۶- محدودیت فناوری. مثلا چاپ کم کیفیت یا صفحه نمایش قدیمی

خواننده

- ۱- گروه سنی
- ۲- جنسیت
- ۳- زمان مطالعه در روز
- ۴- مدت زمان مطالعه در روز
- ۵- شرایط مطالعه (نور خاص،در حال حرکت)
- ۶- سطح تحصیلات و سرانه ی مطالعه

مرحله دوم: شروع طراحی

یافتن اولین سرنخ برای طراحی یک تایپ فیس،کلید شروع کار در این مرحله است. برای رسیدن به این سرنخ، روشهای متداولی همچون کارکترسازی، جمله نویسی و الگوبرداری از قلم های خوشنویسی یا تایپ های موجود میتواند راهگشا باشد.

- ۱- در روش کارکتر سازی،بیشتر طراحان کار خود را با طرح یک یا چند حرف کلیدی (که گویای تناسب ها و خصوصیات های اصلی تایپ باشد و بتوان از آن ها حروف دیگر را مشتق کرد)، شروع می کنند. (کاری که در ترم گذشته برای طراحی تایپوگرافی بع عنوان یکی از تکنیکا استفاده نمودیم)بظور کلی حروف س، ص، ب، ا یا د به ترتیب می توانند گزینه های خوبی برای شروع باشند که در ادامه به آنها می پردازیم.

۲- در شیوه ی دیگر طراحی یک یا چند عبارت که بیشتر کارکترها را در خود داشته باشد و نیز بار معنایی و محتوایی نسبت به محل کاربرد و مخاطب آن تایپ را داشته باشد، می تواند به کار طراحی کمک کند. بعنوان مثال سه عبارت مطرح شده در کلاس

"صندوق توسعه قوامین_خانه موسیقی شباهنگ_خودرو سازی صاهارا"

که بیان کننده ی ویژگی های خاص کاری آنهاست، میتواند در ایده پردازی برای طراحی کارکترها کمک زیادی کند. در این روش، طراحی کارکترهای متصل و برقراری تناسب ها هنگام طراحی با توجه به کنار هم بودن کارکترها، سرعت طراحی را نیز بالا می برد.

۳- یکی دیگر از روش های متداول طراحی، انتخاب یک دستگاه یا خط از قلم های خوشنویسی یا انتخاب یک تایپ فیس موجود برای الگوبرداری است. در این روش، ترسیم عین به عین حروف از روی این قلم ها یا تایپ های موجود برای آشنایی با زاویه ها، دورها و تناسب ها، بهترین روش یادگیری و مطالعه ی حروف و شیوه ی ترسیم آن هاست. پس از این مرحله ، ساده سازی حروف و به وجود آوردن ویژگی های لازم برای رسیدن به تایپی مستقل، مرحله بعدی است. از طرفی تلفیق چند دستگاه خوشنویسی یا تایپ فیس با هم ، ساده سازی و اقتباس از آن ها جزو روش های دیگر این الگوبرداری به حساب می آیند.

ابزار و تکنیک های ترسیم

بهترین روش برای شروع کار، طراحی دستی است. زیرا هماهنگی چشم و دست بیشتر است و شروع کار به این روش، انگیزه و بروز خلاقیت را به مراتب بالا میبرد. پس از طراحی تمام کارکترها و علائم و اعداد... به این روش، مرحله ی بعد اسکن کردن کارکترها و انتقال دادن آن ها به رایانه به دلایل مختلف است.

اما با چه ابزاری کار ترسیم کارکترها را بصورت دستی انجام دهیم؟ تمام ابزار نوشتار دستی از مداد، مداد اتود، ماژیک سرتخت و سر گرد تا قلم نی همگی می توانند بنا بر ویژگی های خاص خود و با توجه به اثری که بر روی کاغذ ایجاد میکنند، تاثیر بصری که دارند، نحوه ی استفاده از آن ها و زاویه ی نشت آن ها بر روی کاغذ، برای کار مناسب باشند. اما ازین میان، روش استفاده از دو مداد در کنار هم در دست، یکی از روش های متداول و کلاسی برای کارکترسازی و الگوبرداری به وسیله ی کاغذ پوستی برای مطالعه به شیوه ای است که پیش تر توضیح داده شد. زیرا به راحتی قابل تهیه است و از طرفی ، پس از ترسیم به سادگی با استفاده از یک پاک کن میتوان آن را اصلاح کرد.

همانگونه که در ترم گذشته همراه هم این روش را آموختیم دوباره توضیح کوتاهی خواهم داد، در این روش دو مداد را کنار هم در دست نگه میداریم و همزمان بر روی کاغذ میگذاریم و ترسیم میکنیم. چرخش مداد بوسیله ی میج در ابتدا یا هنگام طراحی، ضخامت یا قطر خطوط را تعیین می کند. در موارد دیگر باید بدانیم که استفاده از دو مداد ممکن است بنا بر مطالعاتی که در مورد کاربرد تایپ مورد نظر، ویژگی هایش یا مخاطب آن انجام می شود، انتخاب مناسبی نباشد. از این رو پس از بررسی و آزمای به وسیله ی ترسیم چند پیش طرح، ابزار دیگر میتوانند جایگزین شوند.

پس با تعاریف بالا و با در نظر گرفتن چهار رکن اصلی در طراحی

۱- ضخامت قلم

۲- جهت قلم

۳- گوناگونی الفبا

۴- وزن

و همچنین با تاکید دوباره بر آن که ابتدا فهرستی را برای جمع آوری اطلاعات در مورد تایپ فیزی که تصمیم به طراحی آن دارید(بانک، خودروسازی، خانه موسیقی) تهیه کنید. سپس مطالعات مورد نیاز را انجام دهید و پس از انتخاب ابزار مناسب برای ترسیم، به یکی از روش هایی که توضیح داده شد کار طراحی را آغاز کنید.