

تحلیل و بررسی نقش رویکرد احساس گرا در طراحی تایپ فیس فارسی*

صداقت جباری کلخوران^۱، مسعود محمدزاده^۲

^۱ دانشیار دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

^۲ دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱۱/۱، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۷/۱۵)

چکیده

تایپ فیس‌ها، ابزاری کاربردی و فراگیر هستند. کارکرد اصلی تایپ فیس، ارتقای خوانش و بهبود روند انتقال اطلاعات است. ظهور سیستم فونت سری و دیجیتال، سبب ایجاد شکاف عمیقی میان زیبایی‌شناسی حروف فارسی در خوشنویسی کلاسیک و تایپ فیس مدرن فارسی شده است. با این وجود، حقیقت غیرقابل انکار این است که حتی جنبه‌های زیباشناسانه تایپ فیس مدرن فارسی نیز باید الهام گرفته از هویت نوشتاری خط فارسی باشد تا همسویی بیشتری با زیبایی‌شناختی مخاطب ایرانی داشته باشد. طراحی احساس‌گرا، با تأمین نیاز احساسی خوانندگان، تجربه بصری مطلوب‌تری از خواندن را برای آنها فراهم می‌سازد. در این مقاله، تحلیل مختصری از نقش دوطرفه خط و احساس و تأثیر آن بر طراحی قلم فارسی ارائه شده و همچنین به ارزش‌های بصری نستعلیق و نسخ ایرانی و کارکرد آن در طراحی تایپ فیس فارسی پرداخته می‌شود. این پژوهش، بر مبنای مطالعات توصیفی و تحلیلی بر روی خط نسخ، نستعلیق و تایپ فیس‌های نسخ فارسی و عربی معاصر صورت گرفته است. بعلاوه نقش میانجی تایپ فیس در خلق ارتباط احساسی مثبت میان متن و خواننده بصورت جزئی‌تر مورد مطالعه قرار می‌گیرد و سرانجام با بررسی شباهت‌های ساختاری عناصر بصری که تداعی‌گرا احساسات مثبت در طبیعت هستند و با بهره‌گیری از ارزش‌های ساختاری و بصری مثبت در خط نستعلیق، تجربه مطلوب‌تری از خوانش متون معاصر فارسی منطبق بر هویت خوانندگان ایرانی ارائه می‌گردد.

واژه‌های کلیدی

طراحی احساس‌گرا، تایپ دیزاین، تایپ فیس، قلم فارسی، نستعلیق، نسخ.

*این مقاله برگرفته از پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری نگارنده‌ی دوم با عنوان: «طراحی قلم فارسی وب با رویکرد احساس‌گرا» است که به راهنمایی نگارنده‌ی اول به انجام رسیده است.

**نویسنده مسئول: تلفن: ۰۲۱-۴۴۴۴۸۹۰۶، شماره: ۰۲۱-۶۶۹۶۲۵۹۳، E-mail: Sjabbari@ut.ac.ir

مقدمه

فرهنگی خود بداند و این تجربه حسی در طول زمان، ارتباط مستقیم سطح انعکاسی طراحی با کاربر می باشد.

تایپ فیس به عنوان یک محصول، افزون بر زیبایی، کارکردهای دیگری نیز دارد. اگر در فرایند کارکردی خود نتواند به درستی به نمایش دربیاید، صدمه‌ی زیادی به محتوای اطلاعات خواهد زد. عملکرد تایپ فیس به عنوان محصول، شفافیت و نمایش منطقی آن برای مشاهده، قابلیت خواندن و خوانایی است. تایپ فیس می تواند حس افزایشی کند و بیانگر باشد. تایپ فیس‌های متن رسمی فارسی، در جهت عملکردگرایی گام برداشتند که موجب کمبود ارتباط آشنا، صمیمی و دوستانه با کاربران ایرانی شده است. خط نستعلیق، به عنوان نمادی از هویت نوشتاری ایران، برای مردم حس نوستالژیک و تاریخی دارد؛ این حس برای مخاطبان با راحتی، رضایت و خوشایندی از مشاهده این خط همراه می باشد. شاید یک دلیل مهم در پایین آمدن میزان سرانه‌ی مطالعه، کمبود تایپ فیس‌های متن زیبا و خوانا است. قلم‌های موجود برای نسل‌های گذشته طراحی شده‌اند و جواب‌گوی نیاز مخاطبان با تفکرات مدرن امروزی نیستند. مخاطب، ناخودآگاه حس می کند این چیزی نیست که باید ببیند و انتخاب کند، به ناچار سراغ قلم‌های چهار دهه‌ی گذشته می رود که احساس لذت از انتخاب و مشاهده‌ی این تایپ فیس‌ها برای او به وجود نمی آید. این مقاله سعی دارد نقش طراحی احساس‌گرا در اعتلای عملکرد و زیبایی و عملکرد فرم نوشتاری تایپ فیس فارسی را بررسی نماید.

این پژوهش، بر مبنای مطالعات توصیفی و تحلیلی بر روی خط نسخ، نستعلیق و تایپ فیس‌های نسخ فارسی و عربی معاصر صورت گرفته است. در پژوهش پیش رو، از منابع و اسناد کتابخانه‌ای استفاده شده است. با بررسی نقش طراحی احساس‌گرا در طراحی محصول ایرانی، مطالعه و طراحی این رویکرد دیزاین مدرن در طراحی صنعتی ایرانی شکل گرفته و تحقیق جامعی درباره نقش طراحی احساس‌گرا در طراحی تایپ فیس فارسی صورت نگرفته است.

پیشرفت تکنولوژی اگرچه کمک فراوانی به انسان کرده تا با سرعت و کیفیت بهتری زندگی کند، اما هرچه بیشتر در جهت آن حرکت می کنیم، تحت تأثیر زندگی ماشینی قرار می گیریم که از دستاوردهای مدرنیته و انقلاب صنعتی بوده است. انسان با این نوع سبک زندگی، خلاء بزرگی درون خود و جهان پیرامونش احساس می کند. تکنولوژی سعی داشته است تا تعاریف جدیدی از خوشبختی و زیبایی به انسان معاصر ارائه دهد اما ذات انسان، میل به تعامل با احساس‌های خوب و واقعی دارد که برخی از آنها طبیعی و معنوی هستند. جنس این احساس در موقعیت‌های مکانی و زمانی تغییر می یابد. تایپ به عنوان یک محصول فرهنگی نیرومند، در رشد و آگاهی انسان کاربرد موثری داشته است چرا که فصل مشترک میان انسان‌ها، تعلق خاطر به هویت و فرهنگ‌شان می باشد. نوشتار، جدا از رسالت پیام‌رسانی، با تبدیل شدن به یک فرم، در قالب یک اثر تجسمی، نقوش ماندگاری را در ذهن مخاطب ثبت می کند. در فرایند خوانش بصری نوشتار، تایپ فیس^۱ می تواند در ایجاد احساس مثبت مؤثر باشد و محتوا را همراه با حسی خوشایندتر برای کاربران بیان کند. تایپ فیس به عنوان یک رسانه اثرگذار بر روی انسان، ارتباط تنگاتنگی بالذت بصری دارد. با طراحی احساس‌گرای قلم فارسی، می خواهیم به نوعی از نوشتار مدرن برسیم که در عین زیبایی، خوانایی شفاف و مناسبی داشته باشد تا چشم مخاطب به راحتی مسیر خوانش را دنبال کند. هدف از طراحی فونت^۲ احساس‌گرا، ایجاد شرایطی مطلوب‌تر برای مطالعه‌ی نوشتار فارسی بوده تا امر خوانایی و مطالعه دیداری نوشتار را توأم با حس رضایت‌مندی مخاطب سازد. زیبایی هر تایپ فیس، مربوط به جنبه استتیک این محصول می شود که در ابتدا با سطح غریزی سنجیده می شود و همچنین عملکرد، رفتار و ارتباط کاربری تایپ فیس که همان میزان خوانایی و قابلیت خواندن مناسب است، سطح رفتاری تایپ فیس را شامل می شود. قلم احساس‌گرای فارسی می تواند بستر مناسبی فراهم آورد تا مخاطب، هویت هنر ایرانی را در فرم نوشتار بصورت ناخودآگاه احساس و رفته رفته آن را از زمینه

تعامل خط نوشتاری و فرهنگ

رابطه‌ی عمیق دوجانبه‌ای میان فرهنگ و خط وجود دارد. پیام و محتواهای شنیداری-دیداری میان انسان‌ها، از طریق برقراری ارتباطات صورت می پذیرد و یکی از موجزترین ابزارهای ارتباطی؛ خط است. ارتباط تصویری در گذر زمان، نشانه‌های بیشماری از جوهره‌ی خود در فرهنگ تصویری یک جامعه برجای می گذارد. بخش مهمی از فرهنگ تصویری، به خط و نوشتار اختصاص دارد. محتوای مکتوب از طریق تصویر خوانش، درک و ذخیره می شود. هنر خوشنویسی، بخش مهمی از ریشه‌های فرهنگ نوشتاری تمدن ایرانی را شکل داده است. سبک نوشتاری در دوره‌ی ایران باستان

«عناصر آرگانیک^۳ و مصنوعی در جهان به وسیله‌ی خط، مرز و هویت مشخص می یابند. کهن الگوهای فرمی از مبانی خط در طبیعت سرچشمه می گیرند. خط، عنصری بصری است که بیانگر احساس و معنا است و بدین ترتیب کیفیت‌های بصری متنوعی را شامل می شود. خط شاخص سه شکل اصلی است، به هریک از آنها خصوصیتی نسبت داده شده است که یا به علت شکل ذاتی آنها بوده و یا واکنش دستگاه فیزیولوژیکی- روانی انسان‌ها و یا به دلیل تعبیر خاص فرهنگی» (داندیس، ۱۳۸۷، ۷۵). خط از روزگار نخست پیدایش تمدن، نقش مهمی در شکل‌گیری و ارتقای فرهنگ ایفا نموده است.

ناقص به حساب می‌آیند. شیوه‌ی خاص خطی که در ایران تکامل یافت، نستعلیق است. برای کسانی که این هنر را ورزیده و دوست داشته‌اند، زیبایی، هدف اصلی بوده است» (فضایلی، ۱۳۹۰، ۶۰۲). خط نستعلیق به عنوان خطی ایرانی، هویت بصری ویژه‌ای در فرهنگ دیداری-نوشتاری ایرانی دارد. ساختار اصلی این خط، برگرفته از فرم دایره است. نستعلیق به واسطه قوس و منحنی‌های چشم‌نواز در هر بستری که قرار گیرد بر حس ایرانی‌ان می‌افزاید؛ به نوعی یک ارزش افزوده در فرهنگ نوشتاری ایران به شمار می‌رود چرا که لحن شاعرانه و بیان ظریف آن، در بسیاری از دیگر هنرهای تجسمی ایرانی نیز مشهود است. «میرعماد خط نستعلیق را به اوج استحکام و زیبایی رسانید. ارزش زیبایی شناختی خوشنویسی اسلامی بیش از هر چیز در قابلیت تنظیم و ترکیب ابعاد حروف است. تار و بود عمودی و افقی حروف به خودی خود، توازن قطعه‌ی خط را تامین می‌کند؛ ولی مهم‌تر از آن، تاکیدهای عمودی و افقی را می‌توان جابه‌جا کرد بدون آنکه تعادل، ریتم و انسجام درونی قطعه‌ی خط از میان برود. در شیوه‌های مختلف نظام تناسب بر اساس نقطه بنا شده است» (پاکباز، ۱۳۹۳، ۲۰۳). «خط نستعلیق خطی است با قاعده و اندازه‌های معین و منظم که تقریباً دو ششم آن سطح و حرکتی دوری متمایل از راست به چپ دارد. قلم در این خط آزادتر و راحت‌تر از نسخ حرکت می‌کند. با نستعلیق می‌توان مطالب بسیاری را در چند سطر واضح نوشت زیرا جای کمتری می‌گیرد. تمام حروف و کلمات آن در شکل و حرکت یکنواخت و هم‌آهنگ و سترده و غلطان با حرکات ظریف و جوانب دقیق، دوایران زیبا و متناسب، مدانتش معتدل و حروف آن فربه و تیز و تند به چشم می‌آید. همه‌ی خوبی‌ها و لوازم زیبایی در این خط جمع آمده است: زیبایی اشکال، ظرافت، حسن نظم و ترتیب، جا افتادگی، قرینه کاری، حسن مجاورت و هم‌پهلویی، اعتدال در ضخامت و نازکی» (فضایلی، ۱۳۹۰، ۶۰۳). منطق در ساختار و قواعد خوشنویسی آن بی‌نظیر است اما در نگاه مخاطبان، حضور این منحنی‌ها در تمامی جزئیات خوشنویسی آن، ایجاد حس افزایی مثبت می‌نماید. فرم دایره به عنوان نمادی از بیان احساس در کهن‌الگوهای تصویری ایرانیان حضور داشته است. ارزش خطی و کنتراست بصری که حاصل تضاد قوت و ضعف و اندازه



تصویر ۱- بررسی تطبیقی فرم‌های حس برانگیز سطح و دور در خط نستعلیق؛ سیاه مشق اثر میرزا غلامرضا اصفهانی.

و پس از ورود اسلام همواره دگرگونی‌های فراوانی را به همراه داشته است. هنرمندان بسیاری تلاش کرده‌اند تا زیبایی‌شناسی و کاربرد خط نوشتاری ایرانی، به رشد و اعتلای خوبی دست یابد. خط فارسی روی خط افق قرار می‌گیرد. نظام نوشتاری خط فارسی، به واسطه‌ی پیوستگی و اتصالات میان حروف، با سایر الگوهای نوشتاری در دنیا متفاوت است. سبک‌های گوناگون خوشنویسی در خط فارسی وضع گردیدند که ریشه در فرهنگ غنی تصویری ایران دارند. قسمت زیادی از این معانی، در جریان زندگی انسان‌ها بواسطه‌ی خط ثبت می‌گردد. خط در تمامی ادوار تاریخ، نمایانگر فرهنگ یک جامعه است و محتوای اطلاعات در هر عصر را به مردم بیان می‌کند.

خوشنویسی

«خوشنویسی در معنای خاص، هنر نگارش زیبا است. بنابراین، خوشنویسی از حروف نویسی مثلاً به صورت کتیبه، و نیز از طراحی حروف متمایز است. اگرچه در گذشته، دولت و کلیسا به زیبانویسی توجه نشان می‌دادند، همانند کتیبه‌های رومی و برخی نسخه‌های خطی انجیل، با این حال خوشنویسی در اروپا یک هنر فرعی و وابسته به کتابخانه‌ها بود. ولی خوشنویسی در خاور دور، در ردیف هنرهای زیبا جای داشت؛ و در دنیای اسلام نیز از والاترین هنرها به شمار می‌رفت» (پاکباز، ۱۳۹۳، ۲۰۷). «خوشنویسی، مهم‌ترین شکل رسمی و مورد قبول در هنر اسلامی شناخته شده است. پدید آمدن قلم‌ها و خطوط مختلف، بر اثر همان جریان همیشگی ابداع و ایجاد شیوه‌ها و مکتب‌های تازه، صورت می‌گرفت. از آنجایی که خوشنویسی هیچ‌گاه هنری مجرد نبود و بر مبنای نیاز مردمان شکل می‌گرفت و عمل می‌کرد، ناچار بر اساس نیازهای جدید قالب و شکل آن هم تغییر می‌یافت و انواع معینی از قلم‌ها در خدمت نیازهای گوناگون قرار می‌گرفت؛ مانند: قلم‌های نسخ، محقق و ربیعان که در متون قرآنی و کتاب‌های علمی و فقهی به کار می‌رفتند و قلم ثلث که به کتاب مجلل و کتیبه‌نگاری اختصاص یافت و قلم تعلیق که در فرمان‌ها استفاده می‌شد و قلم نستعلیق که مختص متون فارسی شد و شکسته نستعلیق که در نامه‌نگاری و جنگ‌های اشعار جای خود را یافت» (هنرزمان، ۱۳۸۸، ۲۷).

خط نستعلیق

«قلم نستعلیق را عروس خطوط اسلامی خوانده‌اند. به عقیده‌ی جمله‌ی اهل فن و آشنایان به هنرهای زیبا، این خط از ظریف‌ترین آثار هنری ایران است که در نوع کامل آن، تمام نکات شیوایی از استواری زیبایی، اصول و قواعد، ذوق و سلیقه، صفا و ترکیب، کرسی و نسبت، ضعف و قوت، سطح و دور، و صعود و نزول رعایت شده است. از ابتدای قرن هشتم، قلم کتابت نسخ به تدریج به واسطه‌ی سرعت قلم، متمایل به شیوه‌ی تعلیق شده و از آن پس به نستعلیق نزدیک گردیده است. کتاب‌هایی دیده شده که در حدود سال ۷۹۰ هجری نوشته شده و از میان اقلام متداول به خط نستعلیق نزدیک‌تر و شبیه‌تر است و در واقع نستعلیق تحریری یا

یا پنهانی هستند، که به ما منتقل می‌شوند. هر شکل به نوعی در یک سطح خاص با ما ارتباط برقرار می‌کند. نوع ارتباطی که ما با یک دایره‌ی قرمز برقرار می‌کنیم، به کلی با یک مربع آبی آسمانی تفاوت دارد حتی اگر هیچ شرحی همراه آنها نباشد» (مثالی، ۱۳۸۹، ۷). هنرمندان خط نستعلیق، از زیبایی‌های طبیعت الهام گرفته و آن را با ذوق ادبی همراه کرده‌اند و نگاه این خط را از آیینی‌ی ذوق و حس جمال و زیبایی بروز داده و برای همیشه آن را با افکار و ادبیات و اشعار موزون خود، رفیق شفیق و با نقاشی و تذهیب یار موافق ساخته‌اند. اجتناب از برخورد‌های بصری تیز و خشن و سعی بر استفاده از منحنی‌های زیاد، رعایت هندسه‌ی نقوش و میل به ارتفاع، توجه به فضای منفی و ایجاد هارمونی، از شاخص‌های اصلی ساختار نستعلیق به شمار می‌آیند. در معماری ایرانی، طاق‌ها و قوس‌های بیشماری به چشم می‌خورد؛ در اسلیمی و ختایی‌های کتیبه‌ها و همین‌طور نگارگری، به وضوح ما شاهد فرم‌های منحنی و دایره‌گونه‌ای هستیم که یک هویت یکپارچه بصری ایرانی را تداعی می‌سازند.

محور تقارن نستعلیق

«ما ناخودآگاه برای یافتن تعادل، نسبت به محورهای عمودی - افقی گرایشی مساعد داریم و نیز مسیر چپ به راست و بالا به پایین نیز خوشایند ماست، حرکت چشم نیز تا حدودی تحت تأثیر این گرایش ناخودآگاه قرار دارد. تحرک و جنبش نه فقط در آن چیزی که دیده می‌شود وجود دارد، بلکه این تحرک در عمل نیز وجود دارد» (داندیس، ۱۳۸۷، ۱۰۰).

تابلوه‌ها و علایم ارتباطی که جنبه منفی و هشداردهنده دارند، محورخطی مایل چپ به راست دارند و علائمی که خط مایل راست به چپ دارند، معناهای مثبتی را بیان می‌کنند. محور تقارن صفر درجه، حس زندگی مدرن و ماشینی را تقویت می‌کند و هرچه محور تقارن در مسیر محور مایل قرار گیرد، انرژی بصری بیشتری خواهد داشت. محور تقارن در خط نستعلیق ایرانی و ایتالیک^۷ رومن^۸ به سمت راست گرایش دارد و از نظر تجسمی، حس خوشایند و مثبتی را در ذهن مخاطب به وجود می‌آورد.

خط نسخ

شیوه‌ی خطاطی در نسخ به گونه‌ای است که منطق را بیشتر از احساس تداعی می‌کند و بیشتر تابع فرم اصلی مربع است. دوایر آن، مقدار اندکی تحت تأثیر شکل دایره هستند. حرکت استروک‌ها در خط کرسی و محورهای عمودی و افقی مستقیم و به سمت پاره‌خط صاف گرایش دارند. اغلب برخورد استروک‌ها با یکدیگر خشک و خشن است و در گوشه‌ی برخورد دو استروک، شاهد کنج‌هایی هستیم که فرم‌های شکننده‌ای دارند که این امر در زاویه‌های درونی فرم مربع و مثلث نیز مشهود است. ساختار خط نسخ برگرفته از خط کوفی عربی است اما ساختار خط نستعلیق برگرفته از خط تعلیق ایرانی است. در این میان خط تعلیق، نستعلیق و شکسته نستعلیق خط‌های ایرانی هستند که

ضخامت در قلم نستعلیق است، موجب شده تا با وجود منحنی‌های بی‌شمارش، صلابت و ایستادگی خود را حفظ نماید. وجود خط‌های منحنی از جنبه‌ی بصری موجب می‌شود، گردش چشم در خط بیشتر شود و انرژی بصری زیادی در نوشتار ایجاد گردد (تصویر ۱).

فرم دایره‌ی خورشید، ماه، مردمک چشم، توپ، چرخ و ... به صورت طبیعی و مصنوعی، کارکرد حرکت و جریان را تداعی می‌سازند. با مشاهده‌ی دایره، چشم به صورت متناوب در حول محور آن می‌چرخد و به دلیل بی‌نهایت بودن انرژی بصری دایره، تمرکز بصری کمی را ایجاد می‌کند. دایره، زاویه و کنج ندارد و انحنا و انعطافی که شکل دایره دارد، به طور مستقیم بر روی احساس انسان تأثیر مثبت می‌گذارد. رابطه‌ی تنگاتنگ لذت بصری با دایره، کمک می‌کند تا خط نستعلیق از جهت زیبایی‌شناسی، حس آرامش و چشم‌نوازی داشته باشد. در فرآیند مشاهده خط نستعلیق، چشم مخاطب، مسیر حرکت استروک^۹ را در فضای بصری دنبال می‌کند. این اصل، موجب کاهش سرعت خواندن شده، به لذت بصری می‌انجامد. حضور ریتم‌های تکرارشونده در صعود و نزول، خط‌های عمودی و افقی، ارتباط حل‌شدنی و صلح‌دوستی میان استروک‌ها در گوشه‌ها و کنج‌های حروف، موجب شده هر کاراکتر^{۱۰} خط نستعلیق، از جنبه‌ی خوانش بصری بسیار واضح باشد. در ساختار خط نستعلیق، کشیده‌ها نقشی اساسی در زیبایی و حس‌افزایی دارند. کشیده‌ها و ارسال‌های روان در خوشنویسی نستعلیق، ایجاد هارمونی زیادی با عناصر طبیعت می‌کند به طوری که کشیده‌ها، تداعی مسیر حرکت رودخانه‌ها، آبشارها و خطوط محیطی ابرها را می‌کنند. تجربه‌ی دریافت ناخودآگاه این فرم در حافظه دیداری بسیاری از ایرانیان ثبت شده است و خاطره مثبتی را می‌سازد (تصویر ۲).

با تأمل بیشتر بر روی فرم و ساختار این خط و کشف روحیه، لحن و لهجه‌ی آن و ترکیب با خط نسخ به جهت حفظ خوانایی منطقی، می‌توان به تایپ‌فیس متن با هویت ایرانی که احساس ایرانی را به مخاطب منتقل سازد، دست یافت. در بیشتر تایپ‌فیس‌های رسمی متن فارسی، فرم‌های مسطح، خشک و بیروح با بی‌نظمی، نقش ژبات‌های بد را بازی می‌کنند که نه تنها حس خوشایندی به مخاطب ایرانی نمی‌دهند، بلکه از لحاظ تکنیک، نمایش واضح و خوبی ندارند و مردم به ناچار از آنها که موجودیت امروز ماست، استفاده می‌کنند. «اشکال و تصاویر با ما ارتباط برقرار می‌کنند و حاوی معانی واضح و



تصویر ۲- سعی بر استفاده از منحنی‌های زیاد و دور در خط نستعلیق؛ سیاه مشق نستعلیق اثر صداقت جباری.

نویسه‌ها و یا کاراکترهای حروف الفبا در همه شکل‌های ترکیبی آن، شماره‌ها، علائم نقطه‌گذاری، مکث و بالاخره مفردات ناپیدای نوشتاری مثل فاصله بین حروف یک کلمه که شکل معمول آن در الفبای فارسی انواع خطوط، کشیده است، و فاصله‌های بین کلمات و غیره که خواندن متن را آسان و گاه فقط به کمک آنها امکان پذیر می‌کند» (پژوهشنامه فونت فارسی، ۱۳۸۸، ۱۹۴).

تایپ فیس

«تایپ فیس عبارت است از یک تایپ و یا انواع آن در یک اندازه‌ی معین و یا بیشتر که با سبکی معین و یکپارچه طراحی شده، و هر کدام با سری خاصی از مشخصات، منطبق و سازگار باشد. یک تایپ فیس معمولاً شامل حروف الفبا، شماره‌ها، و علائم نوشتاری مثل کاما و پرانتز است. همچنین ممکن است شامل سمبل‌ها و علائم نوشتاری فرمول‌های ریاضی نیز باشد. هنر طراحی و ساخت تایپ فیس را «طراحی تایپ» و سازنده آن را «طراح تایپ» و یا «تایپوگرافر» می‌گویند» (مثقالی، ۱۳۹۰، ۲۱).

سبک عربی	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	یاقوت
	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	میترا
	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	بدر
	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	کریم
سبک ایرانی	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	لوتوس
	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	نازنین
	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	روبا
	ا ب ج د ر س ص ط ع ف ق ک ل م ن و ه ی	شرق

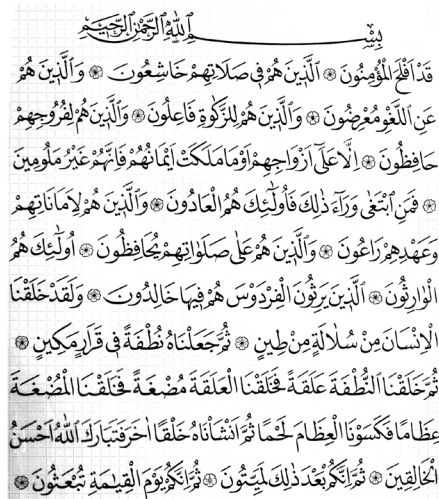
تصویر ۴- تفاوت فرم نوشتاری تایپ فیس‌های معاصر الهام گرفته از نسخ عربی و نسخ ایرانی.

لحن و لهجه ایرانی دارند. فرم دواپرو منحنی‌های به کار رفته و بیانی که دارند از هویت بصری هنر ایران سرچشمه می‌گیرد. ارتباط تصویری که میان هنرهای ایرانی از قبیل تصویرگری، مینیاتور، تذهیب و فرش نیز مشاهده می‌شود و مرزهای مشترکی با خط نستعلیق دارند. روحیه و طبع هنرمند ایرانی که آن را خلق می‌کند و برای مخاطب ایرانی حس همزادپنداری را جلوه‌گر می‌کند. لحن، لهجه و شیوه نگارش خوشنویسی خط نسخ عربی و نسخ ایرانی متفاوت از یکدیگر می‌باشد. بطور مثال فرم نوشتاری نسخ عثمان طه به عنوان نمونه مشهوری از خوشنویسی نسخ عربی با نسخ احمد نیریزی و وصال شیرازی که از سرآمدان خوشنویسی نسخ ایرانی هستند، تفاوت دارد (تصویر ۳).

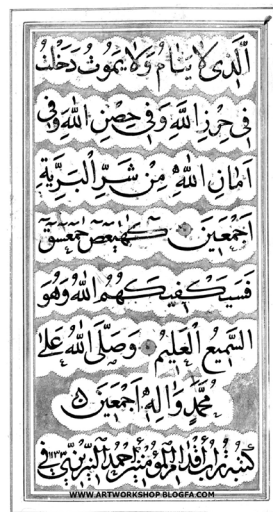
این وجه تمایز شیوه نگارش خط، در تایپ فیس‌های معاصر عربی و فارسی نیز همچنان مشهود است. در میان تایپ فیس‌های متن عربی: یاقوت، میترا، بدر و کریم توسط طراحان غیر ایرانی و با روحیه عربی برای مخاطب زبان عربیک طراحی شدند و لحن و لهجه‌ی نسخ عربی دارند. تایپ فیس لوتوس، نسخه ایرانی‌شده بدر است و برای کاربر ایرانی توسط شرکت لاینوتایپ آلمان طراحی شده است. قلم نازنین، رویا و شرق توسط طراحان تایپ ایرانی و با در نظر گرفتن منحنی‌های به کار رفته در خط نسخ ایرانی طراحی شده‌اند. اما این ارتباط حسی هویتی نسخ معاصر همچنان ضعیف است و با وارد کردن زیبایی‌شناسی خط نستعلیق، به ساختار نوشتاری متن رسمی می‌توان در کنار حفظ جنبه‌های کاربردی تایپ متن، به ارتباط حسی قوی‌تری میان مخاطب ایرانی و تایپ فیس ایرانی دست یافت (تصویر ۴).

قلم یا فونت

«گروه همسان شده‌ای از کلیه حروف الفبای یک زبان است. قلم یا فونت را می‌توان به سبب دارا بودن وجوه مشترک طراحی، به صورت یک مجموعه با هویتی مشابه و واحد تشخیص داد. قلم، مجموعه‌ای است که حداقل اجزای معینی را در برمی‌گیرد: مفردات



خط نسخ عربی / عثمان طه



خط نسخ ایرانی / احمد نیریزی

تصویر ۳- تفاوت شیوه خوشنویسی و فرم نوشتاری خط نسخ ایرانی و عربی.

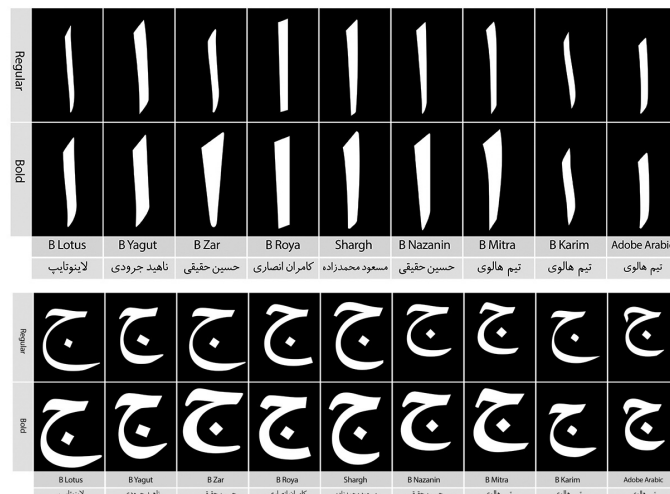
مأخذ: (<http://ahlolbait.com>)

حس دیداری

یک حس می‌تواند از جنس خوب باشد یا بد، حس می‌تواند آرامش را تداعی کند یا عصبانیت و خشونت. فرم خط نستعلیق به واسطه‌ی کشیده‌ها، پیوستگی‌های ریتیمیک و منحنی‌های فراوان و تمایل محور تقارن به سمت راست دارای حس خوب و آرامشی است که تأثیر مستقیم روانی از طریق دیداری بر روی مردم می‌گذارد. طراحی تایپ فیس فارسی با رویکرد احساس‌گرا برگرفته از نستعلیق، می‌تواند ارتباط حسی مثبت و خوشایندی را میان مخاطب ایرانی و تایپ فیس به عنوان یک محصول کاربردی برقرار کند. خط نستعلیق از منظر عملکردی، خوانایی و زیبایی نوشتار مطلوبی دارد. حس دیداری فرم‌های هندسی آن ارگانیک است. مخاطب یا کاربر نوشته با آن احساس راحتی می‌کند و در گذر زمان، تمامی این ارزش‌های وجودی این خط، بصورت زنجیرهای با هم متصل شده و بر روی لایه‌های درونی ذهن مخاطبان تأثیر می‌گذارد (تصویر ۶). «حس به معنای شناخت کلی یک شیء توسط انسان است. اما واژه‌ی حس در اصطلاح بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، قضاوت و تجربه کلی مکان یا توانایی آن در ایجاد احساسی خاص اطلاق می‌شود. از دیدگاه روان‌شناسی محیطی انسان‌ها به تجربه‌ی حسی، عاطفی و معنوی خاصی نسبت به محیط زندگی خود نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی همزادپنداری با مکانی که در آن سکونت دارند، تحقق می‌یابند» (معماری، ۱۳۹۲، ۷). «سودمندی و قابلیت استفاده‌ی محصول به این معنی است که کاربر چقدر می‌تواند به آسانی از عملکرد محصول سردر بی‌آورد و آن را بفهمد و اجرای آن را درک کند. احساس، یک حالت روان‌شناختی و فیزیولوژیک حاصل از تعامل با یک شیء، یک شخص و یا یک واقعه است» (سعدی و قلی‌پور، ۱۳۸۹، ۴۶).

وقتی عملکرد محصول تایپ نوشتاری آنچه را که نیاز است به خوبی انجام دهد و اهداف استفاده‌کننده را به خوبی محقق سازد و هنگام مشاهده و نمایش، حس لذت بصری توأم با آرامش را ایجاد می‌کند و نتایج مطلوبی به همراه خواهد داشت. در طراحی یک سبک فرم

تایپ فیس‌ها از دو گروه رسمی و نمایشی تشکیل می‌شوند. در گروه تایپ فیس‌های نمایشی، تمرکز بر روی طراحی برپایه‌ی زیبایی‌شناسی زمینه‌های خاصی استوار است. طراحان تایپ‌های تیترو متن رسمی فارسی، از ساختار خط نسخ بهره می‌برند. تایپ فیس به عنوان یک محصول باید رسانا باشد و محتوا و پیام را به خوبی از خود عبور دهد و به گروه هدف منتقل سازد. امروزه با پیشرفت پرسرعت فناوری، توجه به احساسات و عواطف انسانی روندی نزولی یافته است. بسیاری از مردم بر این باورند که جریان زندگی بسیار خشک و بی‌روح در برخی موارد تحمل‌ناپذیر است. اما در این میان طراحان همواره به دنبال آن هستند تا روند کاربری آنها را بهبود بخشند. آنان قادرند روح زیبای از دست‌رفته‌ی زندگی را به واسطه‌ی طراحی صحیح و در نظر گرفتن جنبه‌های انسانی از نوزنده کنند. «طراح تایپ در روند کاربردهای روزمره، زیبایی را با سودمندی و گویایی ترکیب می‌کند تا بتواند ذائقه‌ی بصری انبوه مخاطبان خود را که اغلب شهروندان معمولی هستند، تغییر و ارتقا دهد. در این صورت است که مخاطب با مشارکت فعال خود در فهم و خواندن خط جدید تلاش می‌نماید» (سعیدی، ۱۳۹۱، ۸۰). «صورت‌های درشت تایپ روزنامه‌ها و کتاب‌ها، خواندن را برای خیلی‌ها خوشایند و برای برخی امکان‌پذیر می‌کند. یک راهنمای دشوار برای تعداد لغات مطلوب در هر خط، در این سیستم، یک کلمه یک ترکیب چهار حرفی محسوب شده، که شامل فاصله بعد از آن هم می‌شود که در شرایط تخصصی، طولانی‌تر هستند و بنابراین کلمات موجود در هر خط، کمتر می‌گردند» (وی رایت، ۱۳۸۹، ۱۴۷). «طراحی برپایه‌ی احساس از رویکردهای نوین در دنیای امروز است که هر روز بیش از پیش توجه طراحان را بر می‌انگیزد. توجه به احساسات و عواطف می‌تواند راه‌حل بسیاری از معضلات زندگی باشد. چه بسا بخش اعظمی از تصمیم‌های ما در زندگی تحت تأثیر آنهاست و علم روان‌شناسی جدید این امر را به اثبات رسانده است (محمدقلی‌زاده، ۱۳۹۱، ۷). تایپ فیس‌ها علیرغم شباهت‌های ساختاری، شخصیت‌های متفاوتی دارند. نازکی یا ضخیم بودن کاراکترها، ارتفاع کرسی بالا و قامت حروف، ارزش خطی، زاویه قلم و فرم ابتدا و پایانه کاراکتر از معیارهای اصلی سنجش فرمی تایپ فیس‌ها می‌باشد (تصویر ۵).



تصویر ۵- تفاوت فرمی در بیان حسی کاراکترها در تایپ فیس‌های فارسی و عربی.

بسیار قلدر و با صدای فریاد! فرم نوشتاری یک تایپ فیس، ارتباط مستقیم با نحوه بیان محتوا دارد. «اکنون به عقیده‌ی علوم شناختی، احساسات بخش مهمی از زندگی به شمار می‌روند و بر نحوه‌ی رفتار و تفکر ما تأثیر فراوانی می‌گذارند. احساسات شما را هوشمندتر می‌سازند. آیزن از افراد تحت آزمایش خواست تا دقایق کوتاهی به فیلمی کمدی نگاه کنند و به بعضی از آنها چند بسته آب نبات هدیه داد. آزمایش وی نشان داد که وقتی افراد آسوده و خوشحال اند، فرآیند تفکر آنها گسترش می‌یابد، خلاقیت بیشتری پیدا می‌کنند و قوه‌ی تخیل شان بالاتر می‌رود. اشیای جذاب و زیبا باعث می‌شوند که استفاده‌کننده از آن احساس خوبی پیدا کند و به این دلیل تفکر و خلاقیتش رشد می‌یابد» (نورمن، ۱۳۹۰، ۱۵). «هربرت ریڈا فکر می‌کرد که ما باید رازی را کشف کنیم تا به ارتباط زیبایی و عملکرد پی ببریم. تمایلات و احساسات همچنین ماهیچه‌های ما را کنترل می‌کنند و به واسطه‌ی ترشح مواد شیمیایی، عملکرد مغزمان را تغییر می‌دهند. موقعیت‌هایی که به آنها احساس خوبی می‌دهد بدین قرار هستند: محیط‌های گرم و راحت با نور مناسب / صداهای موزون / موسیقی دارای هارمونی / لبخند / داشتن ضربه‌نگ / افراد با ظاهر متناسب / قرینه‌سازی / اشکال گرد / اشکال و موضوعات احساس برانگیز و برخلاف اینها، موقعیت‌هایی هستند که احساسات بدی به انسان می‌دهند: ارتفاعات / هر چیز پرتاب شونده / زمین‌ها و بیابان‌های مسطح / شکل‌های تیز» (همان، ۱۳۹۰، ۲۳) (تصویر ۷).

طراحی احساس گرا

از نظر «دنالد نورمن»^{۱۰}، محصولات می‌توانند واکنش‌های احساسی قوی‌ای را برانگیزانند. اکنون احساس، نقش اصلی را در طراحی محصولات بازی می‌کند و برتری کاربرد بر فرم ظاهری سریعاً در حال تعویض است. در طراحی احساس گرا، پتانسیل عظیمی از ترکیب علم و هنر نهفته است. اسکن‌های مغزی نشان می‌دهند که هیچ چیز نمی‌تواند جای تأثیریک طرح ممتاز و خالق را در مغز بگیرد. ارزش نهادن به احساسات و در نظر گرفتن گستره و تأثیر آن در طراحی می‌تواند دنیا را برای انسان به محلی دل‌انگیزتر و لذت بخش تبدیل کند و سهولت در استفاده از محصولات و فناوری‌ها را به ارمغان بیاورد. زیبایی و لذت عملکرد باید در کنار یکدیگر در طراحی به ثمر بنشینند تا رضایت افراد را فراهم آورند و رسالت طراحی را به بهترین نحو به انجام رسانند.

سه سطح فرآیند مغز: سطح غریزی، سطح رفتاری، سطح انعکاسی

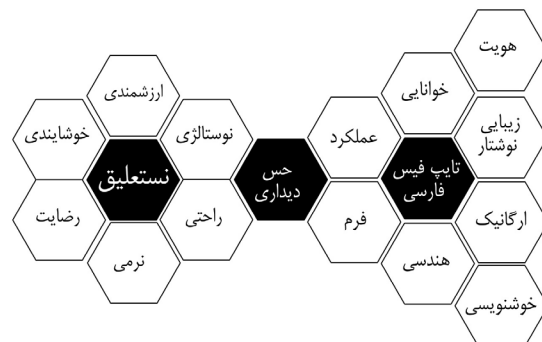
مطالعات «دنالد نورمن» در مورد احساس توسط همکارانش، که استادان دانشگاه نورت وسترن در بخش روان‌شناسی هستند، هدایت می‌شوند. آنها پیشنهاد کرده‌اند که این صفات انسانی نتیجه‌ی سه سطح در مغزند: سطح درک ظاهری به صورت غریزی، سطح رفتاری که رفتارهای روزمره ما را کنترل می‌کند و قسمتی که با افکار ما مرتبط است و سطح انعکاسی نام دارد.

هر عملی که انجام می‌دهید دو بخش ادراکی و احساسی را در بر

نوشتار برای استفاده‌ی عموم مردم، می‌بایست به هویت نوشتاری مرسوم در جامعه توجه کرد. مشاهده، هم‌جواری و برخورداری از هویت در مرور زمان، خاطره‌هایی نمادین در ذهن انسان برجای می‌گذارد. خاطره را گاهی می‌توان «تاریخ نزدیک» نامید، خوانش نوشتار می‌تواند تجربه‌ای خوشایند و یا خاطره‌ای از یک دوران سپری شده باشد.

گروه هدف تایپ فیس (مخاطبان نوشتار)

«یونانیان باستان درک کرده بودند که چگونه از ترغیب، سبک خاص و صدا، برای پیش بردن بحث‌های کلامی خود استفاده کنند. این به عنوان فن بیان برای سخنرانان مجامع عمومی و مناظره‌کنندگان در طول قرن‌ها شناخته شده است و در طول تاریخ برای استفاده از ارتباطات بصری نیز گسترش و ادامه یافت. طراحان گرافیک از این فن به عنوان اصلی همیشگی استفاده می‌کنند و شعارهای تبلیغاتی را با استفاده از این فن برای جذب مشتری انجام می‌دهند و از سبک‌های بصری مناسب برای ایجاد ارتباط با مخاطبین استفاده می‌کنند. استفاده از قلم مناسب برای کار، بخش مهم این تکنیک است. قدرت بیان، متکی بر درک مشتاقانه‌ی یک مخاطب است. روش‌ها و مفاهیم برای ایجاد ارتباط، ضروری هستند» (سلنتیس، ۱۳۹۲، ۳۶). طراحی تایپ برای گروه هدف معینی صورت می‌گیرد تا مخاطبان محدوده‌ی فرهنگی مشخصی، از آن تایپ فیس استفاده کنند. عدم توجه و شناخت فرهنگ بصری ایرانی، یک نوع حس غریبی تایپ فیس با مردم ایجاد می‌کند و زمینه‌ساز آسیب دیداری شهروندان می‌شود. مردم در کشور سوئیس، تایپ فیس هلوتیکا^{۱۱} را دوست دارند و با آن همزادپنداری می‌کنند چون هلوتیکا بر اساس یک الگوی رفتاری، ساختاری و هویتی مرتبط با زمینه فرهنگی در عصر خودش طراحی شد. ایرانی‌ها سال‌هاست از تایپ فیس‌های فارسی استفاده می‌کنند که ریشه بیشتر آنها فونت‌های سربی عربی است و حس تعلق خاطر خاصی به آن ندارند. تایپ‌ها می‌توانند به طور مستقیم بر روی رفتار جامعه تأثیرگذار باشند. اگر تصور کنیم تایپ فیس «تیترا» رسانه‌ی روزنامه بالحنی غیررسمی، تزئینی و یا قلمی نازک‌تر چاپ شده بود و تا به امروز این قلم نوشتاری تزئینی استفاده می‌شد، چه تأثیری روی رفتار و فرهنگ مردم در جامعه می‌گذاشت. این رویداد مهم می‌توانست تیترا با تثن صدای کم و لحن طنز باشد و یا همانند قلم تیترا کنونی



تصویر ۶- فرآیند ارتباطی میان خط نستعلیق، حس دیداری و تایپ فیس فارسی.

باشد. در این سطح، رفتار تایپ فیس و نوع ارتباطش با مخاطب مورد توجه است. مرحله نهایی، سطح بازتابی است که بالاترین سطح از احساسات و ادراکات را دارد. در این مرحله، افکار و احساسات ما با تایپ فیس مواجه می‌شوند. به مقدار اندکی، اینها در سطح غریزی و سطح رفتاری هم وجود دارند ولی آگاهانه نیستند. سطح بازتابی، نمایانگر سطح آگاهی و فهمیدن و استدلال است.

«محصولات می‌توانند ابزاری برای معرفی هویت و تشکیل تصویر ذهنی از افراد باشند. اشیایی که فرد به داشتنش افتخار می‌کند، به وضوح به دیگران اطلاع داده می‌شود. بنابراین اطلاعاتی که توسط اشیاء به دیگران ارائه می‌شود، می‌تواند بیانگر هویت صاحبان آنها باشد. از سوی دیگر، تاثیر کلی یک محصول، ناشی از انعکاس آن در حافظه گذشته و سنجش مجدد توسط افراد است. بنابراین افراد به تجارب خود می‌اندیشند، معانی و مفاهیم را بازنگری می‌کنند و تصمیم‌گیری می‌نمایند. این عامل می‌تواند باعث شود تا فرد در مورد سطح رفتاری نیز پیش‌داوری نماید. می‌توان گفت که معانی و مفاهیمی که در گذر زمان در ذهن مخاطبان یک محصول شکل می‌گیرد و بر نگرش و حتی رفتار آنها تاثیرگذار است، به سطح انعکاسی طراحی احساس‌گرا مربوط است» (باقری، ۱۳۹۱، ۵۹). «در سطح انعکاسی، عامل زمان سهم دارد که در سطوح دیگر نیست. سطح غریزی و سطح رفتاری همین «حالا» و قبل از آن که شما به تجارب خود در مورد موضوعی رجوع کنید، قضاوت می‌کنند. اما سطح انعکاسی باعث می‌شود شما بازتاب گذشته‌ها را به یاد آورید و به آینده فکر کنید. بنابراین طراحی انعکاسی به روابط مدت‌دار، احساس رضایت‌مندی از محصول، به نمایش گذاشتن و استفاده از آن بر می‌گردد. خودشناسی در سطح انعکاسی قرار دارد و اینجا نقطه‌ای است که تعامل بین محصول و هویت شما اهمیت دارد و این در احساس غرور و افتخار به هنگام داشتن یک محصول و یا احساس ناراحتی و خجالت از داشتن آن نمایان می‌گردد. در راستای توجه روزافزون به طراحی احساس‌گرا و اهمیت یافتن جنبه‌های احساسی و حتی در مواردی غلبه آنها بر جنبه‌های عملکردی در سال‌های اخیر، زنده‌نمایی و جان‌بخشی به

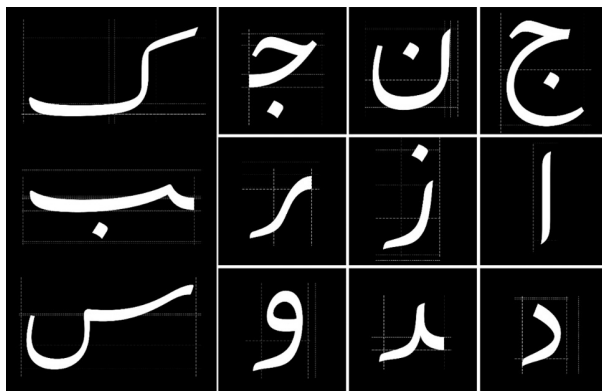
دارد. بخش ادراکی برای یافتن معانی و بخش احساسی برای یافتن ارزش‌هاست. وقتی شما در موقعیتی قرار دارید که احساس خوبی به شما می‌دهد، فرآیند مغز با کمک هورمون‌های ترشح شده بسط می‌یابد، ماهیچه‌ها آرامش و آسایش می‌یابند و مغز منتظر فرصت‌هایی است که احساسات مثبت آن را ایجاد کرده و بسط فرآیند مغز به معنای ایجاد خلاقیت و ایده‌های نوست. افکار مثبت، کنجکاوی را تحریک می‌کنند و خلاقیت را شکوفا می‌سازند و مغز شما به طور موثری آماده‌ی یادگیری می‌شود. با احساسات مثبت خود علاقه دارید که چیزهای بیشتری ببینید و به جای تمرکز بر مسائل کوچک، بر موضوعات بزرگ و باارزش بیندیشید. موتور جستجوگر سایت گوگل، امکان این ارتباط حسی خوب را با کاربران خویش برقرار کرده و با تایپوگرافی خلاقانه، عملکرد جستجو را برای مخاطبان لذت بخش ساخته است (تصویر ۸).

«سطح غریزی مغز، ساده‌ترین و ابتدایی‌ترین قسمت مغز است، اما در بسیاری از موقعیت‌ها و وضعیت‌ها، حساس عمل می‌کند که ریشه در ژنتیک انسان دارد. این سطح قادر به استدلال نیست و نمی‌تواند یک موقعیت را با گذشته‌اش قیاس کند. این عملکرد را دانشمندان «تطابق الگوها» می‌نامند. سه سطح موجود در مغز می‌توانند به این صورت، هویت محصول را تحلیل کنند و بدین قرار هستند: (۱- سطح پاسخ غریزی اولیه: شکل ظاهری. ۲- سطح رفتاری: لذت به هنگام استفاده. ۳- سطح انعکاسی: رضایت فردی، خاطرات). یک تجربه‌ی واقعی می‌تواند همه آنها را در برداشته باشد. ما به ندرت فقط از یک سطح استفاده می‌کنیم و اگر هم به فرض چنین شود، سطح انعکاسی بر دو سطح دیگر برتری دارد. به سطح غریزی در طراحی توجه کنید، این آسان‌ترین و اولین سطح برای لذت بردن است، زیرا ریشه در بیولوژی ما دارد و همه‌ی افراد در سراسر جهان در این مورد شبیه هم هستند» (نورمن، ۱۳۹۰، ۲۸). تایپ فیس‌ها دارای هر سه سطح طراحی هستند. در مرحله‌ی ابتدایی، سطح غریزی اولیه را به واسطه‌ی شکل ظاهری که دارند، درگیر می‌کنند که اولین سطح برای لذت بردن است. در ادامه، سطح رفتاری مغز را هوشیار می‌کنند تا مخاطب در هنگام استفاده و مشاهده از آن احساس لذت و خوشایندی بیشتری داشته



تصویر ۷- عملکرد نیمکره سمت راست مغز بستری مناسب برای خط نستعلیق در مقابل سمت چپ مغز بستری مشابه ساختار خط نسخ. مأخذ: <http://www.migna.ir>، خط نستعلیق صداقت جباری، خط نسخ احمد نیریزی

سبب می‌گردد که در ذهن مخاطب، تنوعی از حس خوشایندی ایجاد گردد. یک ایرانی با خط نستعلیق همزادپنداری می‌کند. ریتم و دوایر بی نظیرش را که از هویت بصری ایران است، می‌پسندد و از هویت خود می‌داند تفاوت میان تایپ فیس که با فضای مدرن و غربی طراحی شده، همانند تفاوت طعم و فرم پیتزای غربی با قرمه سبزی ایرانی است. مواد و متریا، دستور پخت و تمامی نکاتی که منجر به تهیه ی یک غذای ایرانی اصیل می‌شود، برای یک مخاطب عام ایرانی خوشایند و خوشمزه به نظر می‌آید اما پیتزا طعم مدرنیته و زندگی ماشینی می‌دهد و طعم ایرانی ندارد. در طراحی تکنولوژی و طراحی سیستم هر محصولی این نکته مورد توجه قرار می‌گیرد که مخاطب احساس راحتی در فرآیند استفاده از محصول داشته باشد. با ارائه ی فرضیه و نظریه های هدفمند، می‌توان ساختار زیبایی شناسی و هویت بصری تایپ فارسی را تکامل بخشید و به فرم نوشتاری اصیل خود برگرداند. در گذشته، نقش تایپ، ایجاد یک فرآیند مکانیکی برای عملکرد خوانایی نوشتار بود و معیار زیبایی شناسی اش بر خوشنویسی کلاسیک تکیه داشت؛ اما امروزه نیاز به تایپ فیس های ملموس تری داریم که هویت بصری گذشته را نیز در جوهری خود حفظ نماید و در ناخودآگاه ذهن بیننده تاثیر بگذارد. یک طراح تایپ فیس می‌تواند نقش صرف خوانایی نوشتار را تغییر دهد و به پیشبرد معنا با حس افزایی در فرم نوشتاری، به رسایی پیام کمک کند. رویکرد احساس گرا سعی دارد طراحی ماشینی و بدون تفکر انسانی را کم رنگ کند و بر جنبه های انسانی و طبیعی تایپ فیس دلالت کند و بر هویت خط ایرانی منطبق است (تصویر ۱۰).



تصویر ۱۰- طراحی تایپ فیس فارسی با رویکرد احساس گرا و الهام از خط نستعلیق و نسخ ایرانی.

مصنوعات، با استقبال ویژه‌ای از سوی محققان و طراحان روبه رو شده است. زنده نمایی و جان بخشی به مصنوع، در بسیاری از زمینه های مرتبط با طراحی محصول، معماری، نقاشی، مجسمه سازی، طراحی وب و طراحی گرافیک کاربرد دارد» (چوپانکاره، ۱۳۸۸، ۱۰۳). با بررسی و شناخت مبانی فرم و ارتباط دهی با ساختار خط و تایپ فارسی، می‌توان این حس های خوب را در زیبایی شناسی تایپ فیس های فارسی معاصر ایجاد نمود. بسیاری از این حس های خوب، با ظرافت و نگاهی عمیق در خط نستعلیق گنجانده شده اند که تایپ فارسی می‌تواند وام دار آن باشد تا جامعه ی معاصر، از مشاهده دیداری نوشتار فارسی، احساس خوشایندتری را تجربه کنند (تصویر ۹). تایپ فیس ها به عنوان رسانه اثرگذار ایفای نقش می‌کنند. هر تایپ فیس وظیفه دارد با نمایش مناسبی از عملکرد خود، محتوای اطلاعات را به درستی به عنوان پیام به مخاطب منتقل کند. در تایپ فیس هایی که کاربرد متن گونه دارند، بیشترین وظیفه ی آنها، حفظ خوانایی و خوانش بصری مطلوب است اما در کنار خوانایی می‌توانند احساس مخاطب را نیز درگیر کنند تا کاربران در بازه ی زمانی ای که نوشتار را ملاحظه می‌کنند، حس خوشایندی از این لحظات در ذهن شان نقش ببندد. تعریف حس خوشایند در فرهنگ های مختلف متفاوت است. طعم، مزه، لحن و لهجه

Google >

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Next

تصویر ۸- گوگل در موتور جستجوگر خود در نمایش تایپ فیس با یک بازی بامزه ارتباط حس خوبی با مخاطب ایجاد کرده است. مأخذ: (www.google.com)



تصویر ۹- طراحی تایپ فیس فارسی با رویکرد احساس گرا و الهام از نستعلیق و نسخ ایرانی / کاربرد رسانه فرهنگی.

نتیجه

تایپ فیس می‌تواند هر سه سطح غریزی، رفتاری و انعکاسی را در مغز مخاطب تحریک و فعال نماید. زیبایی یک تایپ فیس در سطح غریزی می‌باشد. نوع رفتار تایپ فیس، در نحوه ی عملکرد و ارتباط دهی با کاربران در سطح رفتاری قرار دارد. در گذر زمان بر اثر ایجاد خاطره و برقراری ارتباط با فرهنگ و هویت نوشتاری و تداعی حس نوستالژیک در ذهن کاربران نیز سطح انعکاسی را فعال می‌نماید. طراحی احساس گرا می‌تواند لذت بصری را نیز در فرآیند مشاهده ی دیداری مخاطبان قرار دهد که بیشتر در سطح غریزی مطرح است. حجم بالای اطلاعاتی که

تایپ فیس رسانه ای کاربردی است که به عنوان یک محصول مهم، نقشی اساسی در انتقال اطلاعات در جامعه دارد. در طراحی تایپ می‌توان به زمینه های فرهنگی و هویتی اقلیم و مردم آن منطقه توجه نمود. در فرهنگ بصری هر کشور نوعی الگوی نوشتاری و سبک خوشنویسی وجود دارد که بر اساس جنبه های زیبایی شناسانه و در هماهنگی با زمینه فرهنگی آن جامعه طراحی شده است. خط نوشتاری، حس نوستالژیک را برای خاطره ی جمعی افراد آن جامعه تداعی می‌کند. تایپ فیس یک محصول عملکردی مدرن است.

طراحی کند که علی‌رغم خوانایی منطقی و صحیح، روحیه و نشاط اجتماعی را نیز تقویت کند. پس از بررسی‌های موشکافانه بر روی تمامی مباحث مطرح شده و استفاده از تجربیات گذشته و طراحان و اساتید برجسته‌ی تایپوگرافی در ایران و غرب، این نکته مهم به دست آمده است که یک تعامل منطقی و گفتمان مسالمت‌آمیز میان نسخ ایرانی و نستعلیق در کنار علم تایپ دیزاین می‌تواند راهگشا باشد. خط نسخ به واسطه‌ی منطبق سطح گونه‌ی خود، می‌تواند کمک کند تا مخاطب در بازه‌ی زمانی کوتاه‌تری یک بلوک متن را مشاهده کند و بخواند. این تجربه‌ی خوانش بصری با یک فرآیند منطقی صورت می‌گیرد. خط نستعلیق به واسطه‌ی فرم‌های منحنی گونه‌اش، حس نرمی، نوستالژیک، رهایی و خوشایندی را به مخاطب انتقال می‌دهد. خط نستعلیق از منظر زیبایی‌شناسی و رفتاری، ارتباط و هماهنگی خوبی با هویت فردی، اجتماعی و فرهنگ بصری ایران دارد که این بطور مستقیم با سطح انعکاسی همسو می‌باشد. مسیر محور تقارن، انحناها و دوره‌های زیادی که در خوشنویسی این خط وجود دارد، فرم بصری آن را زیبا و جذاب‌تر می‌سازد. هنرمندان خوشنویس بیشماری در طی قرن‌ها در این مرز و بوم برای اعتلای زیبایی و کاربردی نمودن این خط تلاش نموده‌اند و وظیفه‌ی سنگینی بردوش ما طراحان تایپ است که پاسدار این میراث گرانبها باشیم. قواعد، چارچوب و ساختار طراحی تایپ فارسی با رویکرد احساس‌گرا، مبانی خوانایی و قابلیت خواندن، همانند سه رأس هرم تعاملی با یکدیگر در گفتمان هستند و با طراحی هوشمندانه می‌توان هر سه سطح غریزی، رفتاری و انعکاسی را در تایپ فارسی برای کاربر ایرانی فعال نمود.

به واسطه‌ی مشاهده‌ی دیداری نوشتار میان انسان‌ها، شبکه‌های خبری، تجاری، اجتماعی و علمی رد و بدل می‌شود، سبب شده است افراد در طول روز زمان زیادی را صرف مشاهده و خواندن مطالب کنند. طراحی مناسب برای تجربه کاربر از خوانایی و قابلیت خواندن متن، ارتباط مستقیم با سطح رفتاری دارد. در شرایط کنونی، به واسطه‌ی کمبود قلم‌های مناسب، نیاز به طراحی تایپ فیس‌هایی داریم که با سبک زندگی مدرن ایرانی و اصول زیبایی‌شناسی خط ایرانی همگام باشند. این مهم، با شناخت دقیق تر و آگاهی از اصول و ریشه‌های تاریخی خط و خوشنویسی نسخ و نستعلیق سبک ایرانی پدید می‌آید. خط نستعلیق، به واسطه‌ی ریشه طولانی در فرهنگ بصری نوشتاری ایرانیان، می‌تواند نقشی اساسی در ایجاد یک نظریه‌ی ساختارمند و هدفمند برای هویت تایپ فارسی و فعال نمودن سطح انعکاسی برای کاربر ایفا کند. گام‌های موثری که در زمینه‌ی خوشنویسی در سال‌های اخیر توسط خوشنویسان معاصر صورت گرفته، در حفظ این میراث گرانبها نقش داشته است اما برای کاربردی نمودن این خط ایرانی، کافی نبوده است. طراحی تایپ فیس فارسی با رویکرد احساس‌گرا، می‌تواند با در نظر گرفتن مسایل تکنیکی و شناخت دانش فنی و تئوری تایپ دیزاین، طی پروسه‌ای علمی و هدفمند در طراحی شکل گیرد و پس از آگاهی درست از ساختار خط و تایپ فارسی، ایده‌پردازی و پرورش فرمی، همسو با هویت ایرانی و با توجه به عملکردهای اصلی تایپ فیس، انجام شود. در سیستم نوشتاری امروزی که تایپ نقش اساسی را در آن ایفا می‌کند، ایرانیان دچار یأس و سرخوردگی شده‌اند و احساس نوعی بی‌انگیزگی در این خصوص دارند. یک طراح تایپ فیس می‌تواند سیستم تایپی را

پی‌نوشت‌ها

- 1 Typeface.
- 2 Emotional Design.
- 3 Font.
- 4 Organic.
- 5 Stroke.
- 6 Character.
- 7 Italic.
- 8 Helvetica.
- 9 Herbert Reed.
- 10 Don Norman.

فهرست منابع

انتشارات سروش، تهران.
سعدی، ر؛ قلی‌پور، آ (۱۳۸۹)، بررسی اثرات شخصیت سرمایه‌گذاران و خطاهای ادراکی، نشریه تحقیقات مالی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۱۲، شماره ۲۹، صص ۴۱-۵۸.
سعیدی، ثمر (۱۳۹۱)، بررسی تایپوگرافی در مکاتب نوین هنری، پایان‌نامه ارشد: هنرومعماری تهران مرکز.
سلنتیس، جیسون (۱۳۹۲)، تایپ، فرم و عملکرد (راهنمایی بر اصول تایپوگرافی)، چاپ اول، ترجمه محمد قلیزاده، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
فضایی، حبیب‌الله (۱۳۹۰)، اطلس خط، چاپ اول، انتشارات سروش، تهران.
مثقالی، فرشید (۱۳۹۰) تایپوگرافی، چاپ اول، چاپ و نشر نظر، تهران.
مثقالی، فرشید (۱۳۸۹) مقدمه‌ای بر گرافیک دیزاین، چاپ اول، چاپ و نشر نظر، تهران.
محمد قلیزاده، نازیلا (۱۳۹۱)، رویکرد طراحی احساس‌گرا در دنیای معاصر، چاپ اول، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
معماری، سونا (۱۳۹۲)، بررسی ارتباط حافظه و احساس در طراحی المان شهری، پایان‌نامه ارشد: هنرومعماری تهران مرکز.
نورمن، دانلد آ (۱۳۹۰)، طراحی حسی، چاپ اول، ترجمه جهانبخش سادگی راد، انتشارات حرفه و هنرمند، تهران.
وی رایت، الکس (۱۳۸۹) تأملی در طراحی حروف، چاپ اول، ترجمه عاطفه متقی، انتشارات فرهنگسرای میردشتی، تهران.
هنر زمان (۱۳۸۸)، ماهنامه‌ی تخصصی جهانی صنایع دستی، هنرهای تجسمی، سال چهارم، شماره ۱۰، صص ۲۸-۲۶.

باقری، ابراهیم (۱۳۹۱)، مفاهیم کاربردی در طراحی احساس‌گرا، نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی، شماره ۵۰، صص ۶۰-۵۱.
پاکباز، روئین (۱۳۹۳)، دایره‌المعارف هنر، نشر فرهنگ معاصر، تهران.
پژوهشنامه‌ی فونت فارسی (۱۳۸۸)، چاپ اول، نشر دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی، تهران.
چوپانکاره، وه‌ذوالریاستین، م (۱۳۸۸)، روح مصنوع: شخصیت‌سازی و جان بخشی در طراحی محصول، نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی، شماره ۳۹، صص ۱۱۲-۱۰۳.
دونیس، ا، داندیس (۱۳۸۷)، مبادی سواد بصری، ترجمه مسعود سپهر،