

نشانہ چیست؟

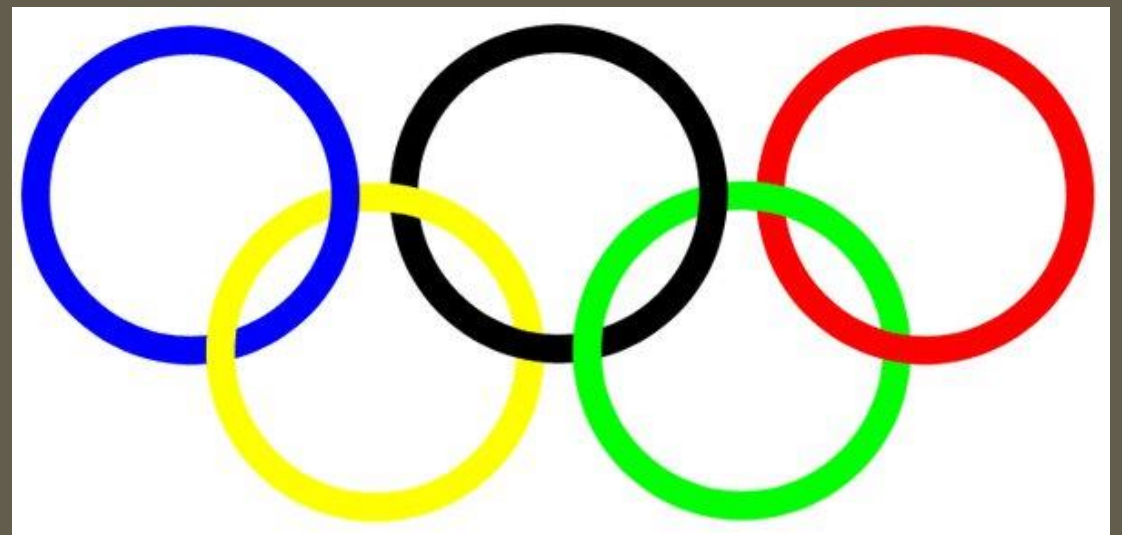
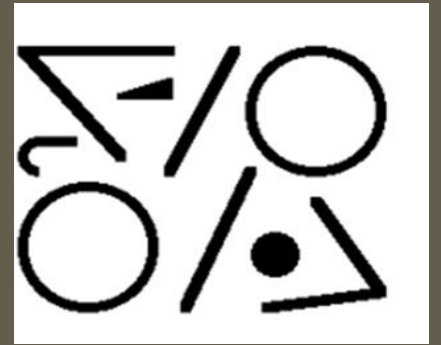
نشانه در حوزه ارتباطات بصری دارای معانی پیچیده و چند وجهی است که تعاریف و کارکردهای گوناگونی برای آن مطرح گردیده است.

نشانه در حوزه طراحی گرافیک به علائمی گفته می شود که برای سازمانها ، نهادهای اجتماعی ، فرهنگی ، تجاری ، علمی و صنعتی به صورت خاص و منحصر بفرد طراحی می شوند. طراحی این نشانه ها کاملاً بر حسب ذوق ، سلیقه ، خلاقیت و مهارت های یک طراح صورت می گیرد و ممکن است هر فنی از فنون ارتباط تصویری در ساخت آن راه پیدا کند .



می‌توان نشانه را پراهمیت‌ترین و پرکارترین اثر مابین آثار گرافیکی به شمار آورد. طراحی نشانه از قدمت بیشتری نسبت به دیگر آثار گرافیکی برخوردار است و از دیرباز مورد توجه و کاربرد بوده است. نشانه‌ها با توجه به کاربردهای گوناگون و متنوعی که دارند، معمولاً از چندین عنصر تصویری یا نوشتاری یا ترکیبی از تصویر و نوشتار، به خلاصه‌ترین و ساده‌ترین شکل ممکن طراحی می‌شوند. برای نشانه‌طی دهه‌های اخیر در ایران بر حسب مکان، زمان، موضوع و نیز بر حسب نوع فعالیت یا کسب و کار و موقعیت و سلیقه شخصی افراد کلمات مختلفی استفاده شده و می‌شود که رایج‌ترین آنها عبارتند از: **علامت تجاری، علامت انحصاری، علامت، آرم، مارک، سمبول، نمادسازمانی، نشانه نوشته، نام نوشته، نوشته انحصاری، نشانه، لوگو، برند و ...**

ترکیب عناصر بصری مستقل
در نشانه ها با ترکیب بندی
هوشمندانه طراح ، ادراک
بصری هدفمند ایجاد می نماید
به صورتی که کل به وجود
آمده دارای خاصیت ادراکی
ویژه ای می گردد که مخاطب
آن را به طور کلی و مستقل
از مجموعه عناصر و به عنوان
یک اثر واحد بصری درک
می کند.



نشانه در ارتباط تصویری / شکل و انواع آن

به طور کلی پنج سرچشمه، منبع الهام و یا نقطه شروع عموم طراحان گرافیک در طراحی و ساخت نشانه است

۱. کلمات و نام است که سفارش دهنده و مصرف کننده یا مخاطب با آن آشنایی دارد.



لوگوتایپ : به نشانه هایی گفته می شود که طراحی آن با استفاده از نام کامل موسسه ، کالا یا خدمات باشد . در عین حال که افراد عادی می توانند آنها را بخوانند ، به شیوه ای طراحی می شوند که دارای خصوصیات بصری هستند که آنها را به نوعی معنادار می کند .

۱۱. حروف اختصاری برای نام که در زبان هایی که حروف جدا نوشته می شوند بیشتر رایج است

مونوتایپ / مونوگرام : به نشانه هایی گفته می شود که بر اساس حروف اختصاری نام موسسه یا کالا طراحی می شوند . در نگارش انگلیسی به راحتی قابل خواندن برای عموم مردم است ، ولی با توجه به الفبا و شیوه بهم پیوسته نگارش فارسی دیدن حروف مفرد و ارتباط دادن آن با نام مورد نظر نسبتاً دشوار است . به همین دلیل طراحی نشانه با این سبک در فارسی کمتر دیده می شود .



جامعه مهندسان مشاور ایران



|||. نشانه با استفاده از تصویر : این نوع نشانه
نیازی به خواندن ندارد و تقریباً به صورت جهانی
قابل فهم است .

نشانه تصویری : به نشانه هایی گفته می
شود که بر اساس تصویر یا تصاویر ساده شده ای
که به چیزی شباهت دارد طراحی می شوند و
منظور از تصویر معنای ظاهری همان کلمه یا
عبارت مورد نظر است .

IV. نشانه با استفاده از تصویر نمادین : استفاده از تصویر به معنایی به جز ظاهر تصویری

نشانه نمادین / نماد : به نشانه هایی گفته می شود که بر اساس تصویر یا تصاویر ساده شده ای که به چیزی به صورت رمز یا نماد اشاره می کنند، در این صورت طراح به زمینه فرهنگی سفارش دهنده و مخاطب نهایی توجه لازم را داشته باشد. دیدن و فهمیدن نشانه های نمادین بر حسب تعریف کلی نمادها وابسته به فرهنگ و قراردادهای اجتماعی یا تاریخی و اعتقادی جامعه مخاطب است .



۷. نشانه با استفاده از تصویر انتزاعی : استفاده از تصاویری که عینیت خارجی ندارند .

نشانه انتزاعی : به نشانه هایی گفته می شود که بر اساس تصاویر انتزاعی محض طراحی می شوند و قوی و چشمگیر هستند . این نوع نشانه ها نیز انتظار خواندن ندارند و به خودی خود برای مخاطب جلب توجه می نمایند .



لوگو چیست؟

در دو سه دهه اخیر بر اثر مشاهده عملکرد نشانه ها توسط طراحان گرافیک ، ملاحظه شد که اگر نه اکثر نشانه ها ، دست کم بسیاری از آنها از ترکیب دو یا چند مورد از موارد پنج گانه یاد شده استفاده شده است و در موقع تحلیل آنها تشخیص اینکه نشانه به طور خالص لوگوتایپ است یا نماد یا نشانه تصویری و ... بسیار دشوار است . هرچند بعضی جنبه ها در آنها قوی تر دیده شود . به این دلیل در سالیان اخیر به تدریج کلمه کوتاه و خلاصه **لوگو** به معنی هر صورتی از نشانه در ادبیات طراحی گرافیک جای پیدا کرده است .



عوامل موفقیت و تاثیرگذاری نشانه چیست؟ ARMM MODEL

- نشانه ای موفق و تاثیر گذار است که مغز انسان بتواند آن را پردازش و ادراک کند.
- پس ما بر اساس فرایندهای مغز انسان طراحی نشانه را انجام می دهیم.

A TTENTION	جلب توجه
R ESPONSE	واکنش /
M EANING	معنا /
M EMORY	به یاد ماندنی /

جلب توجه ATTENTION

اولین هدف از طراحی نشانه جلب توجه غیر ارادی مخاطب است



IranAir

در فرایند جلب توجه درمغز انسان سه نوع محرک و انگیزه دخالت دارند

۱. **محرک های جدید و بدیع / وجه تمایز / Novel Stimuli**

• محرک های جدید و بدیع به واسطه عناصر جدید و ناآشنایی که در نشانه ظاهر می شوند و برای مخاطب نوظهور است ایجاد انگیزه و جلب توجه می کند.

۱. محرک های جدید و بدیع / بازطراحی / Novel Stimuli

• ایجاد و بازطراحی یک نشانه متفاوت از آنچه تا کنون بوده است و آنچه متفاوت از هم گروه یا هم خانواده های آن باشد. هنگامی که با یک لوگو از پیش طراحی شده کار می کنید به واسطه اضافه کردن عناصر جدید و بدیع و تبدیل و تغییر نشانه جلب توجه نمایید.



The image shows the standard Google logo in its multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red) on a white background.



||. محرک های فوق طبیعی / اغراق یا تاکید /

Supernormal Stimuli



• ایجاد و یک نشانه با استفاده از عناصر طبیعی اغراق یا تاکید شده به منظور ایجاد جلب توجه در مخاطب است .

می توان از عناصر انسانی ، حیوانی ، گیاهی برای ایجاد یک محرک فوق طبیعی استفاده کرد.

|||. محرک های نیمه مبهم / ایهام/

Partially Obscured Stimuli

- ایجاد و یک نشانه با استفاده از عناصری که مغر را به سوی تکامل بخشیدن و معنی بخشیدن به الگوهای کامل نشده جذب می کند.

- ایجاد گسستگی در نشانه

- استفاده از فضای منفی

از راهکارهای رایج برای ایجاد ایهام در نشانه ها هستند.



واکنش RESPONSE

دومین هدف ایجاد يك نشانه واکنش یا پاسخگویی غیر ارادی مخاطب به حس بصری است

۱. محرک های انعکاس دهنده حس انرژی، غلبه و تنش /

Dominant Aggressive

برای ایجاد یک ترکیب پویا در نشانه که منعکس کننده احساس بصری پرتنش و غالب با انرژی بصری زیاد معمولا از:

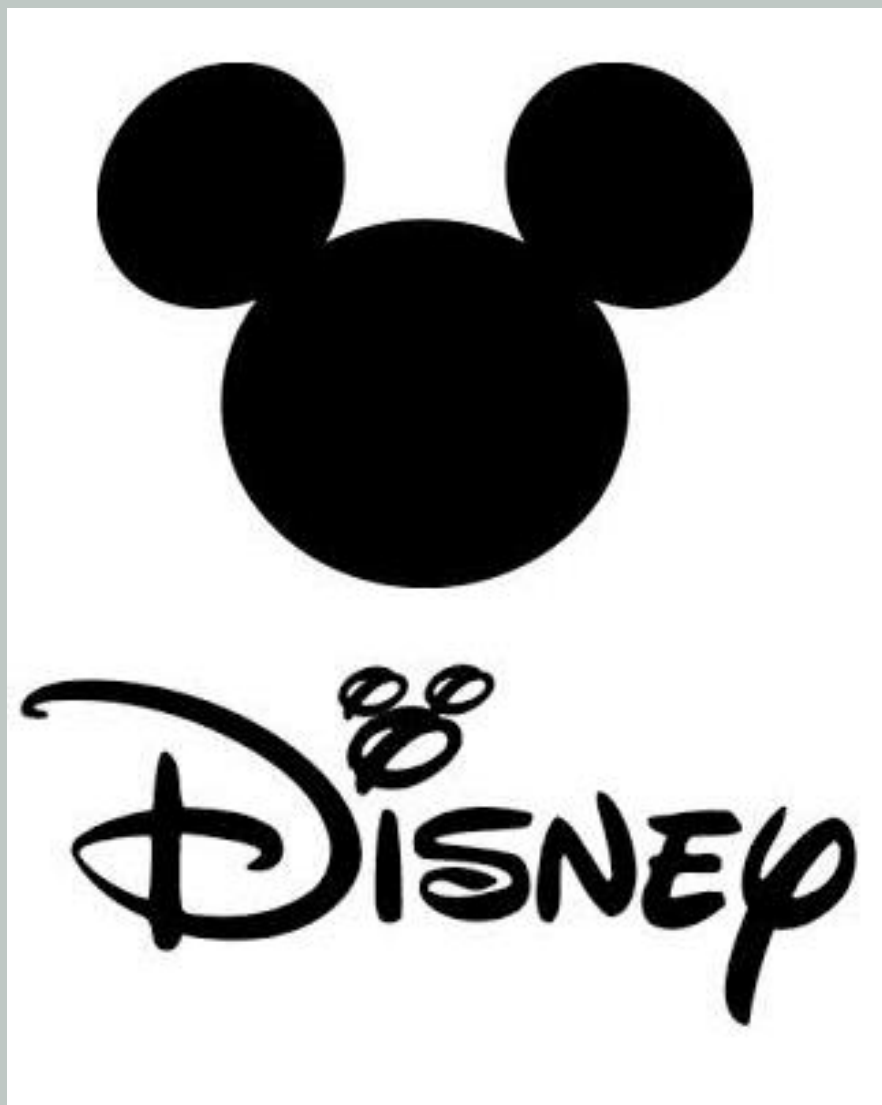
- فرم های مثلث / خطوط عمودی و جهت دار /

ترکیب های نامتقارن / تایپ فیس های زاویه دار

- برای انعکاس مفاهیمی مانند سلطه و نفوذ / قدرت و تسلط /

جسارت و چیرگی / کنش و جنبش استفاده می شود.

The image shows the Gillette logo in a bold, italicized, sans-serif font. The logo is black and is positioned on the left side of the slide, within a white rectangular area.



||. محرک های انعکاس حس پایداری، آرامش و صمیمیت/

Friendly Submissive

برای ایجاد یک ترکیب نسبتا پویا در نشانه که منعکس کننده احساس پایداری، صمیمانه و دوستانه، قابل اطمینان و آرامش معمولا از:

- فرم های دوار و منحنی / خطوط افقی و سنگین/

ترکیب های متقارن/ تایپ فیس های بدون زاویه

- برای انعکاس مفاهیمی مانند پایداری و ثبات/ آرامش و

اطمینان / صداقت و درستی/ تسلیم و رضایت

استفاده می شود.



|||. واکنش و پاسخویی در فرم های مربع و مستطیل /

Square and Rectangular shapes

شکل های مستطیل و مربع به طور کلی فرم هایی ایستا و خنثی می باشند آنچه در ایجاد حس و واکنش مخاطب به این فرم ها در نشانه تاثیر گذار است عناصر بصری است که درون یا اطراف این فرم ها قرار می گیرند و یا فرم هایی است که به واسطه تکرار یا مجاورت آنها ایجاد می گردند.

مفهوم MEANING

سومین هدف ایجاد يك نشانه برقراری ارتباط مفهومی ارادی با مخاطب است

استفاده از بیان مفهومی باعث می شود تا نشانه:

ارتباط بیشتر / قابلیت تشخیص و تمایز بیشتر / یادآوری ساده تر
/ محبوبیت بیشتری در ادراک مخاطب داشته باشد.

- بهترین موفقیت در طراحی يك نشانه بر اساس مفاهیم چندگانه ای است که مخاطب را به اکتشاف و واکاوی معانی گنجانده شده در نشانه وا می دارد.

- کلید و راه حل ابراز مفهوم به صورت تاثیر گذار استفاده از کمیت گزینه هاست (minimal) به نحوی که انعکاس بیشترین معنا به وسیله کمترین عناصر بصری امکان پذیر گردد.



MITSUBISHI

۲ نوع متفاوت از گزینه های مفهومی وجود دارند

I. گزینه های سطحی / ظاهری / شماتیک / objective

- در این گزینه ها عناصر بصری ارتباط مستقیم با معانی دارند.

II. گزینه های عمیق / سمبولیک / استعاری / subjective

در این گزینه ها عناصر بصری ارتباط غیرمستقیم و پنهان با معانی دارند، این معانی به صورت رمز گذاری تصویری است و توسط مخاطب رمزگشایی می شود. مفاهیم استعاری نیز در این نشانه ها به صورت استعاره های بصری بکارگیری می شود.

معیار سنجش تراکم گزینه ها در یک نشانه تعداد گزینه های معانی عمیق تقسیم بر تعداد گزینه های معانی سطحی است / هرچه این عدد از یک بیشتر باشد به لحاظ معنایی تاثیر گذار تر است .



حافظه MEMORY

چهارمین هدف ایجاد يك نشانه به یاد ماندنی بودن آن برای مخاطب است

هنگامی که ۳ مرحله پیشین را در طراحی خود بکارگرفته باشید به احتمال بسیار زیاد نشانه ای خلق کرده اید که به یادماندنی نیز هست. ولی در مرحله چهارم طراح سعی می کند تا نشانه خود را هرچه ممکن است به یادماندنی تر سازد.

۳ راهکار می تواند یک نشانه را در ذهن مخاطب حک کند :

۱. اثر بازسازی : اثر بازسازی همانند محرک های بدیع و جدید است / عنصر جدید در برابر عناصر مشابه و تکراری قرار می گیرد و یک ذهنیت جدید را در مخاطب بازسازی می کند.



2. ساختار وابسته به حافظه : ساختار بصری عناصر بصری یا نوشتاری به گونه ای در نشانه ترکیب می شوند که یک پل ارتباطی با حافظه شخص برقرار سازند



- این نشانه ها از عناصر تصویر برای یادآوری و ماندگاری نام نشانه بهره می گیرند .
- همچنین از حروف ابتدای نام برای حساسیت بخشیدن به نشانه و برجسته کردن آن در حافظه مخاطب نیز می توان بهره برد.

3. اثر استحکام بخش : اضافه کردن یک نام رایج و استحکام بخش به لوگو که می تواند همراه با عناصر تصویری یا نوشتاری باشد

- این نشانه ها از یک نام ترکیبی از کلمات برجسته به همراه نام سازمان یا محصول خود استفاده می کنند مانند :

- خانه / خانه کنتاکی — ایران / ایران رادیاتور

- ایران / ایران خودرو — pizza hut / hut

- البته پیچیدگی نام ها برای توصیف یک نشانه یادآوری آنها را دشوارتر خواهد کرد.



جمع بندی و نکات مهم

عوامل تاثیر گذار بر طراحی و خلق يك نشانه جلب توجه / واکنش / مفهوم / به یادماندنی بودن آن می باشد

Attention / Response / Meaning / Memory = ARMM

برای طراحی نشانه الزامی در بکارگیری تمامی این عوامل نیست و بر حسب سلیقه و تجربه طراح این عوامل بکارگیری می شود / بکارگیری صحیح از يك یا چند عامل تاثیر گذار در اکثر مواقع منجر به تولید يك نشانه موفق می گردد.

- بسیاری بر این باورند که طراحی يك نشانه موفق يك اثر گرافیکی است که جالب بنظر برسد و به صورت حرفه ای اجرا شده باشد ، در صورتی که طراحی نشانه موفق و تاثیر گذار يك فرایند متفکرانه و بر اساس استفاده صحیح و علمی از اطلاعات درست و دقیقی است که طراح از سفارش دهنده و مخاطب بدست می آورد.

- بسیاری بر این باورند که يك نشانه موفق مرتبط با سازمان ها ، کمپانی ها یا محصولاتی است که در طول مدت زمان زیاد فعالیت خود را حفظ کرده اند ، در بررسی علمی خلق نشانه ها در می یابیم که این تفکر نادرست است و در بیشتر اوقات يك نشانه تاثیر گذار و موفق خود عامل مهمی در موفقیت يك سازمان ، کمپانی یا محصول است.

مراحل طراحی نشانه چیست؟

1. تعریف هدف و تفهیم نامه سفارش دهنده
2. تحقیق در مورد موضوع و مخاطب
3. گردآوری ایده ها
4. انتخاب و ترسیم گرافیک نشانه
5. اجرا و نمایش نشانه تایید شده