

پترن دیزاین

کارشناسی ناپیوسته ارتباط تصویری / طرح عملی جامع

مدرس : میلاد پورعابدین

پترن دیزاین



پترن، زمانی شکل می‌گیرد که یک یا چند نماد، به طور ساختارمند در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و تکرار می‌شوند. این تکرار، هم می‌تواند ثابت و مرتب باشد و هم نامرتب.

زیبایی الگو یا پترن، به نمادهایی که استفاده می‌شوند و چگونگی تکرار آن‌ها، بستگی دارد.

امروز، بازار پترن‌ها خیلی گرم است؛ اما پترن‌ها از پیش در زندگی ما وجود داشته‌اند و همچنان باقی خواهند ماند.



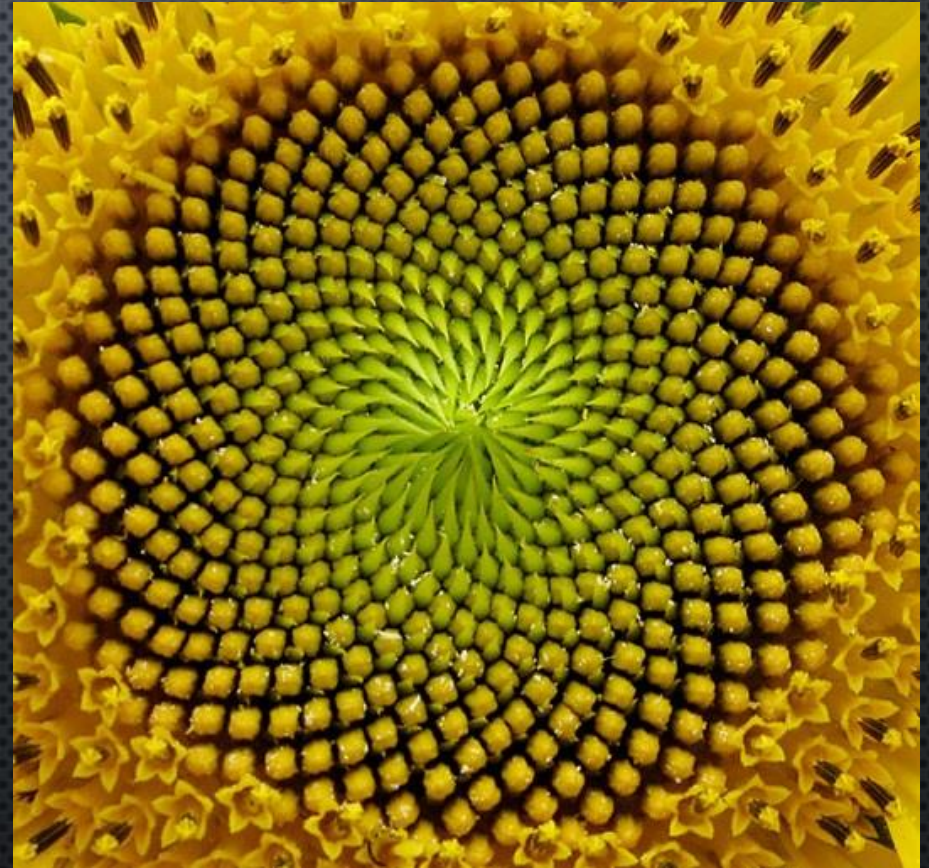
الگوهای پترن دیزاین در طبیعت

الگوهای پترن دیزاین در طبیعت هم وجود دارند؛ برای مثال، چیدمان درختان یک جنگل یا صدف های پراکنده روی ساحل دریا، پترنی زیبا و مرتب هستند.

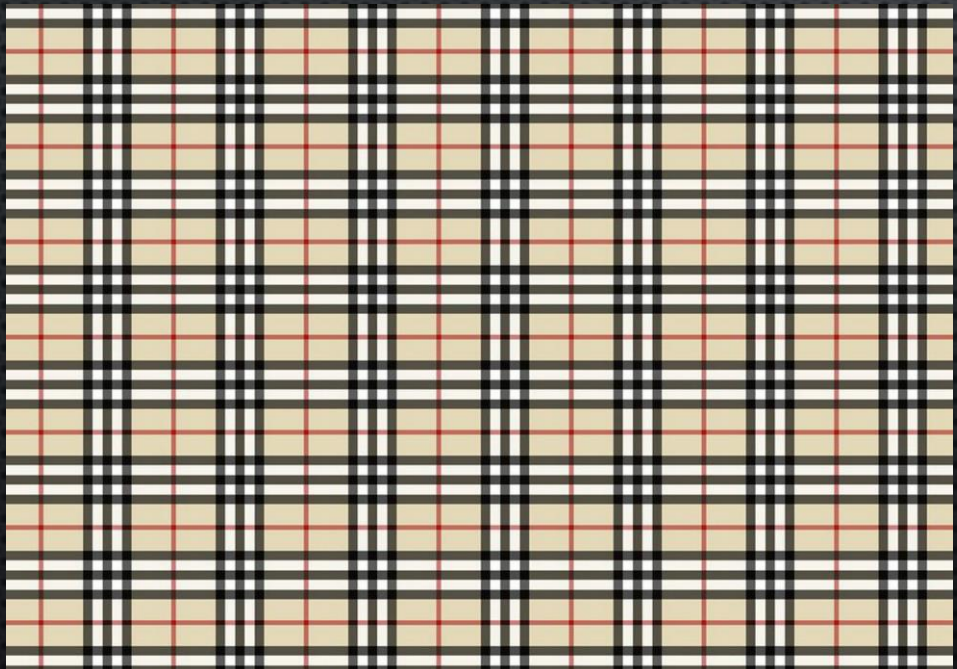
از دیرباز تا کنون، مردم فضای اطراف خود را با استفاده از الگوها و پترن ها تزئین کرده اند. اولین پترن دیزاین ها را می توانید در نقاشی های درون غارها ببینید.

پترن ها را در معماری، هنر و مد هم می توانید به کرات مشاهده کنید.

علت علاقه و گرایش انسان ها به سوی پترن ها، بسیار ساده و قابل بیان است. وقتی بوم نقاشی با نمادهای تکرارشونده پر می شود، ذهن ما ساختار این تکرار را می شناسد و در نتیجه، ساختار و نظم می یابد. این ساختاریافتگی ذهن، آرامش خاصی به ما می بخشد و در نتیجه، از این آرامش لذت می بریم.



در انتخاب پترن دقت کنید



اگر می خواهید برای یک برند خاص، پترن دیزاین مناسبی انتخاب کنید، در وهله اول، باید مخاطب برند را بشناسید و بدانید قرار است چه احساس یا پیامی را منتقل سازید.

پترن ها، ابزار بسیار خوبی برای ایجاد یک احساس خاص هستند و این احساس با طراحی تصویری منسجم ایجاد می شود.

پترن های گل و بوته



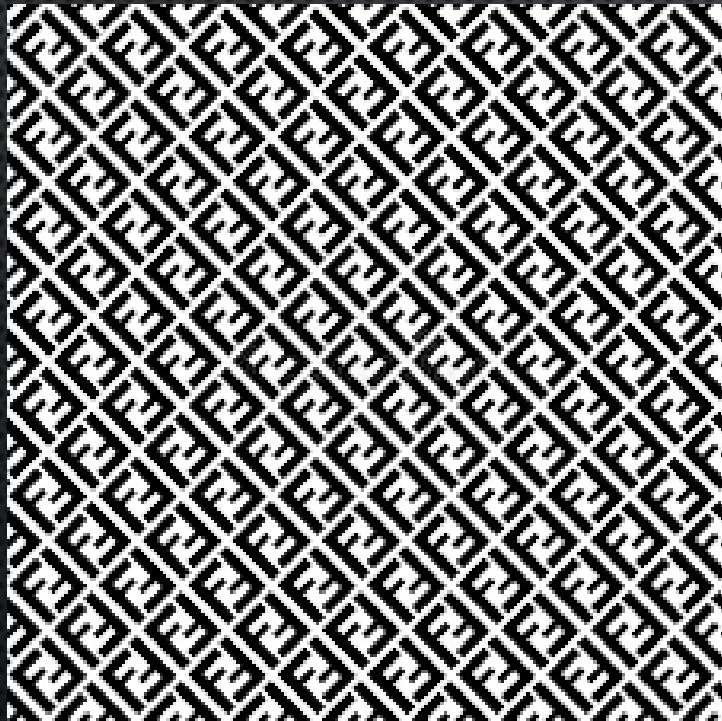
پترن های گل و بوته (فلورال) بسیار محبوب و پرکاربرد هستند؛ با وجود این، برای هر برندی و جایگاهی مناسب نیستند. تصور کنید پترن گل و بوته روی کارت ویزیت یک وکیل نقش ببندد.

اصلاً احساس خوبی را در مخاطب ایجاد نمی کند؛ اما وجود همین پترن گل و بوته روی کارت ویزیت یک آرایشگر یا یک برند محصول آرایشی، بسیار جذاب خواهد بود.

دلیل آن روشن است؛ همه ما به طور ناخودآگاه، الگوی گل و بوته را مختص به زنان می دانیم و زنانگی را در آن مشاهده می کنیم. یک برند باید با استفاده از الگوهای خاص و تعریف شده با مخاطبانش ارتباط برقرار کند.

اگر مشتری، زیبایی و هارمونی را در کارت ویزیت شما مشاهده کند، احتمال اینکه به سوی محصولات یا خدمات شما جذب شود، بیشتر خواهد بود.

لوگو و پترن دیزاین



یادتان باشد که باید لوگوی برندتان را در پترن تان بگنجانید. لوگو، هویت برند شماست؛ بنابراین اگر می‌خواهد لوگو تأثیر بیشتری بر مخاطب داشته باشد، باید آن را به پترن تبدیل کنید. لوگو می‌تواند نمادی تکرارشونده در پترن باشد. با تکرار این نماد، می‌توانید برندتان را بسیار متمایز سازید و کاری کنید که برندتان همیشه در چشم مخاطب آشنا باشد.

می‌توانید از بخشی از لوگو و تکرار آن نیز پترن ایجاد نمایید.

با پترن دیزاین هویت بصری محصولات خود را متمایز کنید



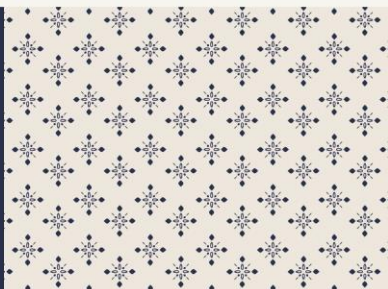
می توانید از یک پترن در رنگ های مختلف استفاده کنید؛ برای مثال، طعم های مختلف از یک محصول، پترنی مشابه و رنگی متفاوت داشته باشند. اگر می خواهید محصولات مختلف برندتان را از یکدیگر متمایز کنید، می توانید در طراحی بسته بندی، از پترن های مختلف استفاده کنید؛ اما یادتان باشد که پترن های استفاده شده برای بسته بندی های مختلف، با یکدیگر سازگار و هماهنگ باشند تا بتوان تشخیص داد که همه به یک برند خاص تعلق دارند؛ برای مثال، می توانید برای طعم های مختلف از یک محصول، از یک پترن در رنگ های مختلف استفاده کنید.



رنگِ پترن

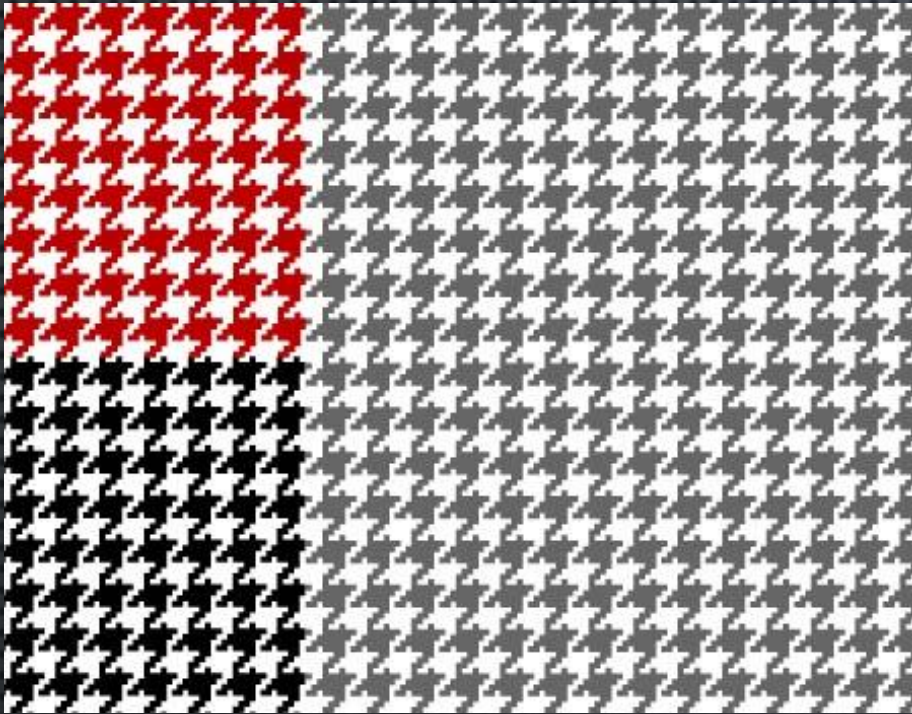
در بیشتر موارد، بهتر است طراحی پترن را با پالت رنگ های برندتان آغاز کنید. می توانید از رنگ های برندتان در طیف های مختلف استفاده کنید. هنگام انتخاب رنگ پترن باید به مخاطباتان نیز توجه کنید. اگر مخاطبان شما قشر جوان را تشکیل می دهند، حتماً از رنگ های شاد استفاده کنید. یادتان باشد که رنگ های ملایم و شاد، حس آرامش را در مخاطب ایجاد ، و او را به سوی محصول جذب می کند. اگر به دنبال پترن مدرن می گردید، حتماً به سراغ رنگ های خنثی و طرح های مینیمال بروید.

EMILY **B**AKER



پترن سیاه و سفید

پترن ها به شما اجازه می دهند با رنگ ها بازی کنید و طرحی جذاب و دلنشین بیافرینید؛ در واقع، رنگ ها و ترکیب آن ها، اثربخشی پترن ها را افزایش می دهند. پترن ساده ای که با رنگ های ملایم و روشن رنگ آمیزی شده باشد، در مقایسه با همان پترن با رنگ های تیره، آرامش بیشتری را در مخاطب ایجاد می کند. پترن سیاه و سفید نیز بسیار جذاب خواهد بود. به کار بردن رنگ های متضاد در یک الگو باعث می شود که چشمتان روی پترن متمرکز شود و در نتیجه، اثرگذاری آن افزایش یابد.



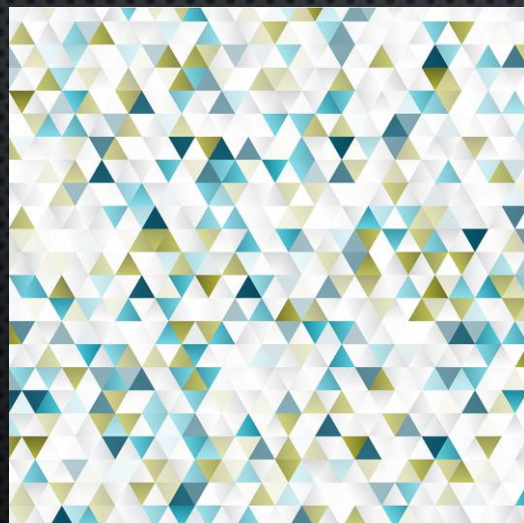
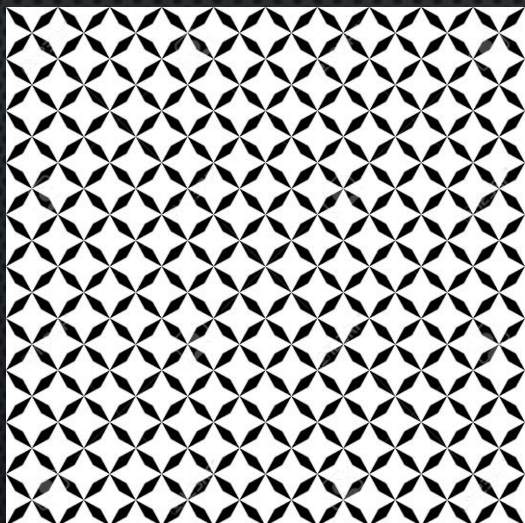
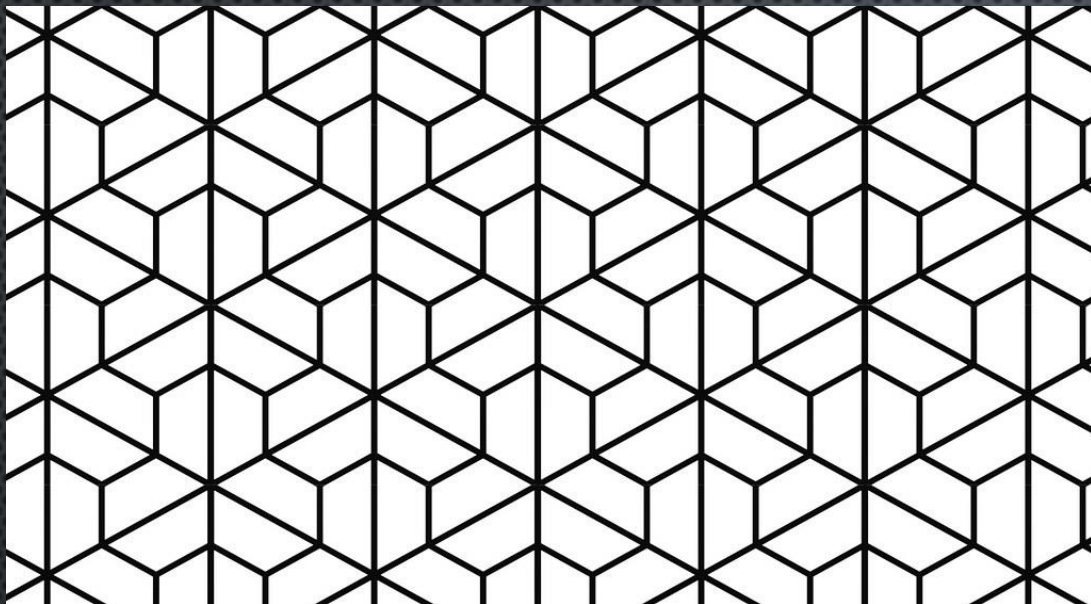
پترن هندسی

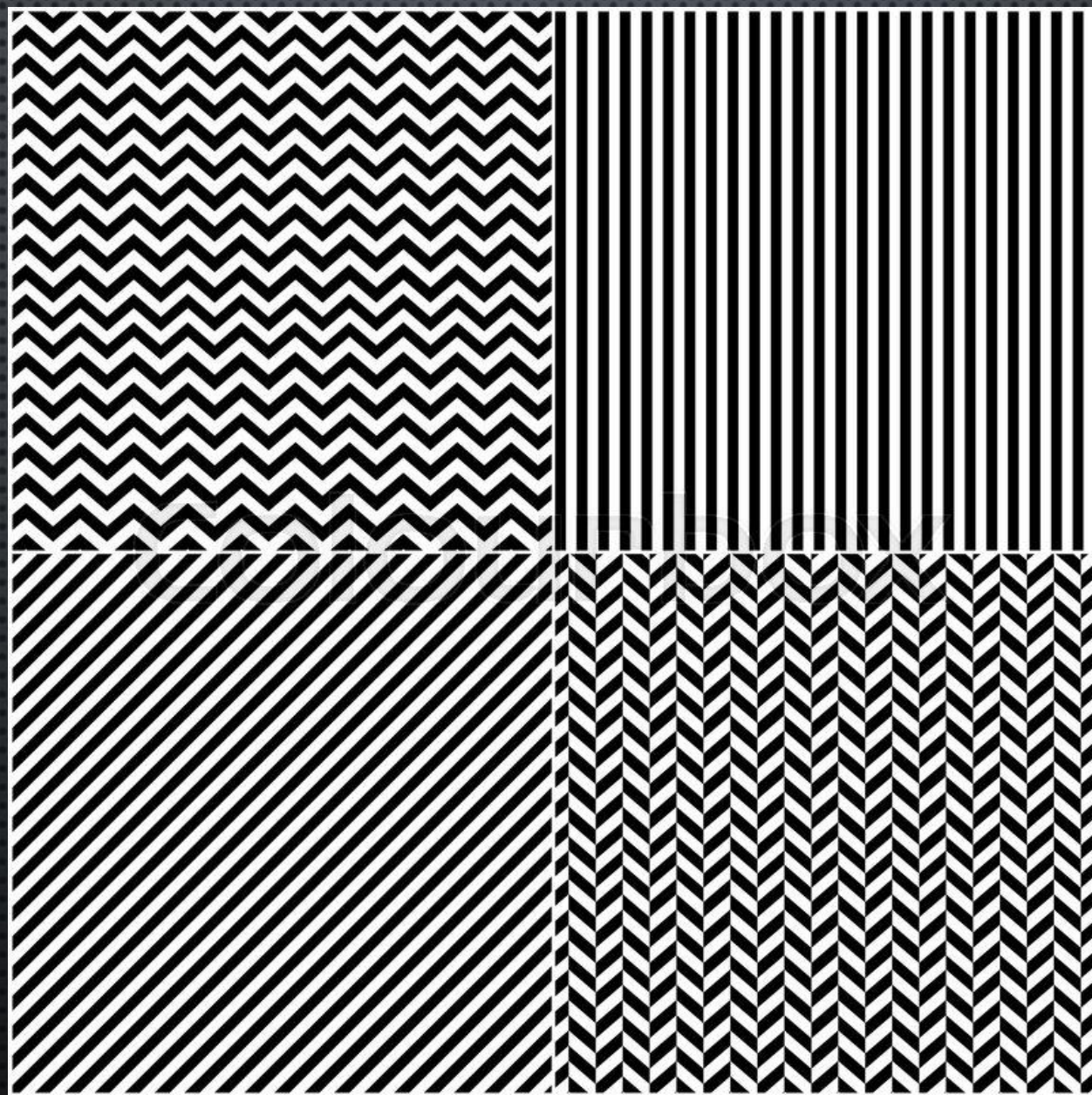
یک الگوی مدرن و ساده با تاثیرگذاری قوی راحت ترین راه برای طراحی یک پترن، تکرار عناصر گرافیکی مختلف در یک فضا است.

پترن های هندسی را به همین ترتیب می توانید طراحی کنید.

پترن هندسی شبیه به یک طرح شبکه است و نمادها روی محل تقاطع شکل های هندسی قرار می گیرند. تاثیر پترن روی مخاطب، به چگونگی قرارگیری نمادها در طرح بستگی دارد.

پترن های کلاسیک هندسی، معمولاً راه راه هستند، این پترن ها با قرار دادن خطوط در کنار یکدیگر یا نمادهای مختلف، به صورت خطی ایجاد می شود. با تغییر مسیر خطوط، پترن زیگزاگی ایجاد می شود. تنوع الگوهای هندسی بی شمار است و می توانید آن ها را به طرق مختلف با یکدیگر ترکیب کنید.





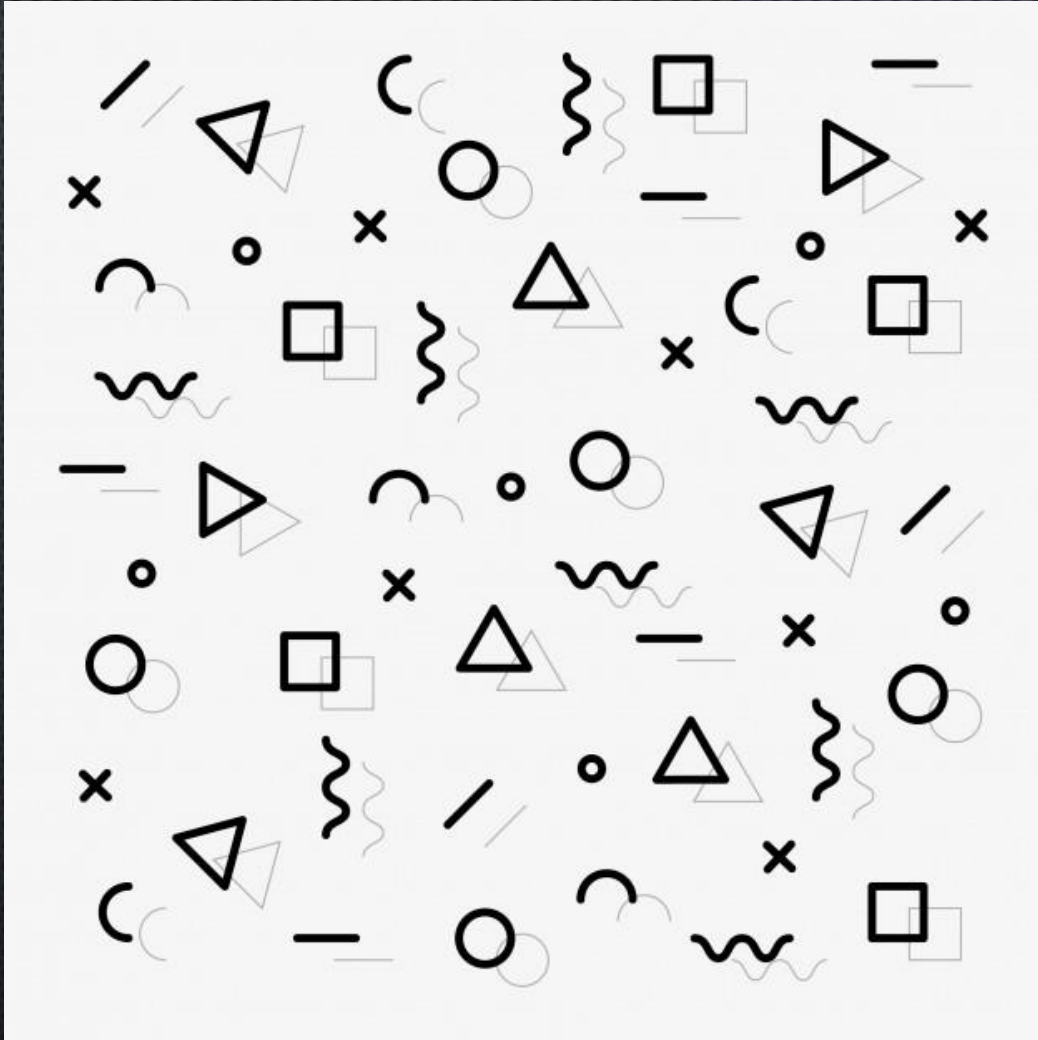
ترکیب نمادهای مختلف در پترن

در برخی پترن ها، نمادهای مختلف با یکدیگر ترکیب می شوند و ساختارِ قرارگیری مشخص و قابل تفکیکی هم ندارند.

چنین پترنی را ALLOVER می نامیم. لازم به ذکر است که پترن ALLOVER دومین پترن مهم و رایج است.

پترن های ALLOVER ترکیبی پیچیده دارند، به همین دلیل، جذاب هستند و توجه ها را به سوی خود جلب می کنند.

یادتان باشد که برای طراحی پترن، کافی ست فضا را با نمادهای مختلف پر کنید و لزوماً نیازی به پیروی از قوانین سفت و سخت نیست.





پترن های allover، هم می توانند تک رنگ باشند و هم رنگارنگ. در پترن های allover، هم می توان از شکل های هندسی ساده استفاده کرد و هم شکل های پیچیده.

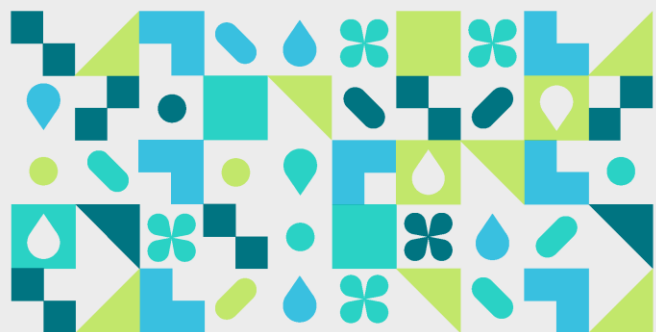
در طراحی این پترن ها، دست شما کاملاً باز است و انتخاب های زیادی پیش رو دارید.

پترن دیزاین ارتباطی

پترن ارتباطی تان لزوماً نباید
پر زرق و برق باشد، بلکه مهم
ترین مسئله، تناسب پترن با
برند شماست.

نمادهای متناسب با برندتان
را انتخاب کنید.

یادتان باشد که پترن شما
باید جذاب و منحصر به فرد
باشد تا بتوانید مشتریان را
به سوی برندتان جذب کنید.



LEARNING, GROWTH, INNOVATION,
CONTINUOUS IMPROVEMENT,
&
FOCUS ON QUALITY.





پترن، راه بسیار خوبی برای نشان دادن هدف و کارکرد برندگان است. همان طور که گفتیم، می توانید با یک پترن مناسب، مخاطب را از محتویات محصولتان باخبر کنید. اگر چنین انتظاری از پترن خود دارید، بهتر است پترن های مرتبط COMMUNICATIVE را انتخاب کنید. پترن های مرتبط، اطلاعات زیادی را در مورد برندگان در اختیار مخاطب قرار می دهد و باعث می شود دیگران در مورد شما صحبت کنند. روند خلق این پترن ها بسیار جذاب است.







خطوط سبز-قرمز-سبز که به این طرح اضافه شده از دنیای سوارکاری انگلیسی سرچشمه گرفته!! برای نگه داشتن زین پشت اسب از کمر بند مخصوصی به نام «وب» استفاده می‌کنند که این وب قرمز و سبز انگلیسی الهام بخش Gucci بوده!

BURBERRY

قبل از اینکه بریم سراغ BURBERRY اول با Tartan آشنا بشیم: Tartan از نماد های فرهنگی اسکاتلنده که از خطوط افقی و عمودی در رنگ ها و مقیاس های مختلف تشکیل شده. Tartan ها رو بیشتر در لباس های پشمی و بافت ها می بینیم.

دو تا از محبوب ترین Tartan ها:



Royal Stewart tartan



Black Watch tartan

Burberry هم چندین نوع مختلف از تارتان هارو داره که معروف ترینش با رنگ های tan , کرمی و مشکی و سفید با خط های باریک قرمز هست که توسط Thomas Burberry طراحی شده و در سال های اخیر ریدیزاین شده.



Thomas Burberry



پترن GUCCI با دو تا G توسط Aldo Gucci در سال ۱۹۶۴ طراحی شده.

Aldo پسر بزرگ GUCCIO GUCCI (موسس کمپانی Gucci) از بیست سالگی فول تایم برای Gucci کار کرده بود و بعد از مرگ پدرش رئیس هیئت مدیره Gucci بوده. به لطف طراحی که این پترن رو به کار گرفتند این طرح به نقطه ی عطفی در مد رسید و Gucci همچنان ازش استفاده می کنه.

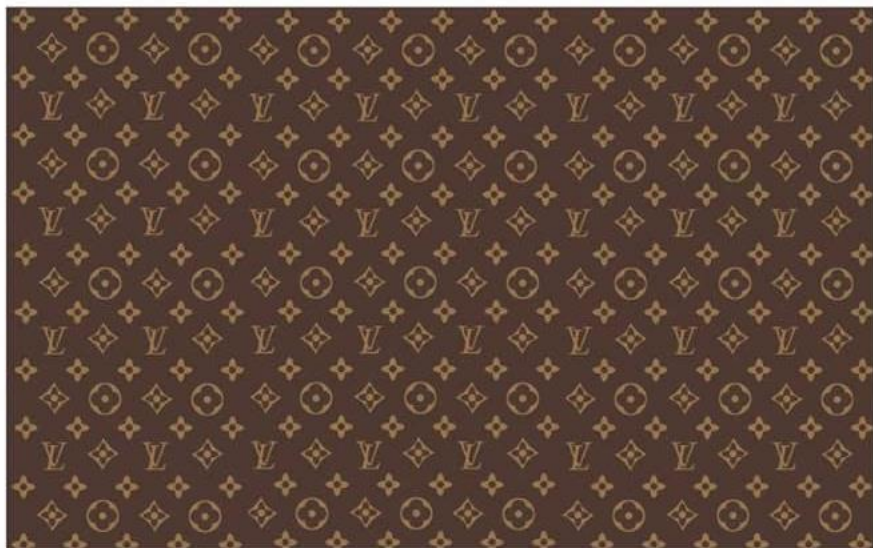
GUCCI



یکی از شرکت های کالای لوکس و خانه‌ی مد در فرانسه ،
LOUIS VUITTON یا به اختصار LV وی هست که توسط
طراحی فرانسوی با نام لویی ویتان در سال ۱۸۵۴ میلادی
تاسیس شده.

پترن LOUIS VUITTON صد و بیست و دو ساله است، و
توسط Georges Vuitton (پسر Louis Vuitton) طراحی
شده و برای طراحی اش از نمادهای ژاپنی الهام گرفته.
این پترن روی بسیاری از وسایل و لوازم جانبی ، از کیف
و کاپشن گرفته تا ژاکت ، از کمربند گرفته تا کفش
ورزشی استفاده شده.

LV



A Bathing Ape



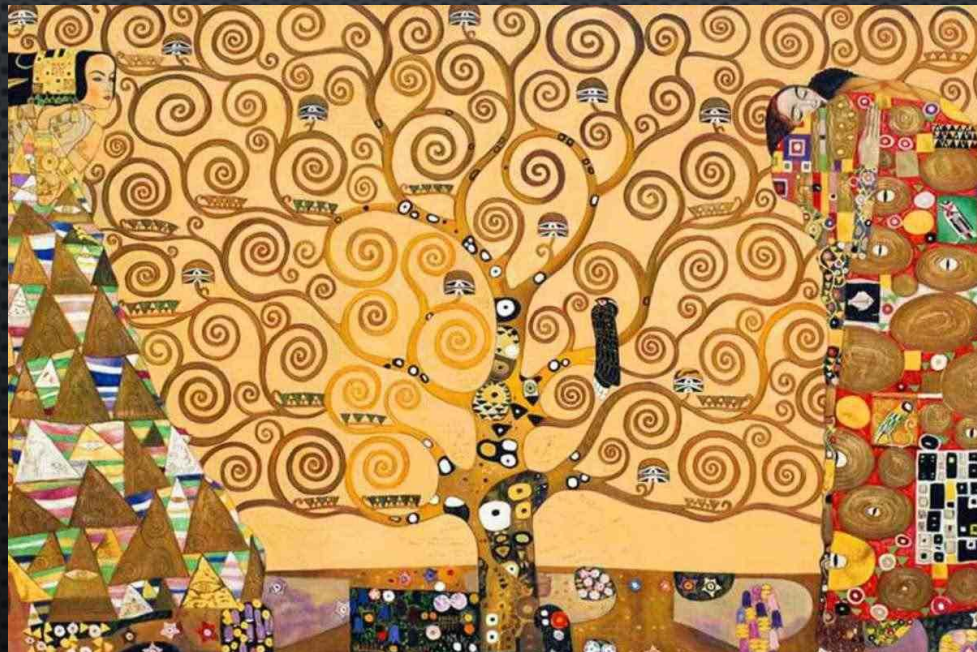
یکی از موفق ترین برندهای استریت استایل که پترن معروفی
دارد ، BAPE ژاپنی است. BAPE Camo که تمام صفات فرهنگ
ژاپنی را به دست گرفته، بافت نظامی کلاسیک را تحریف کرده و
به آن ظاهری کارتونی منحصر به فرد داده که باعث شده تا این
برند به یک گول جهانی استریت استایل تبدیل بشه.



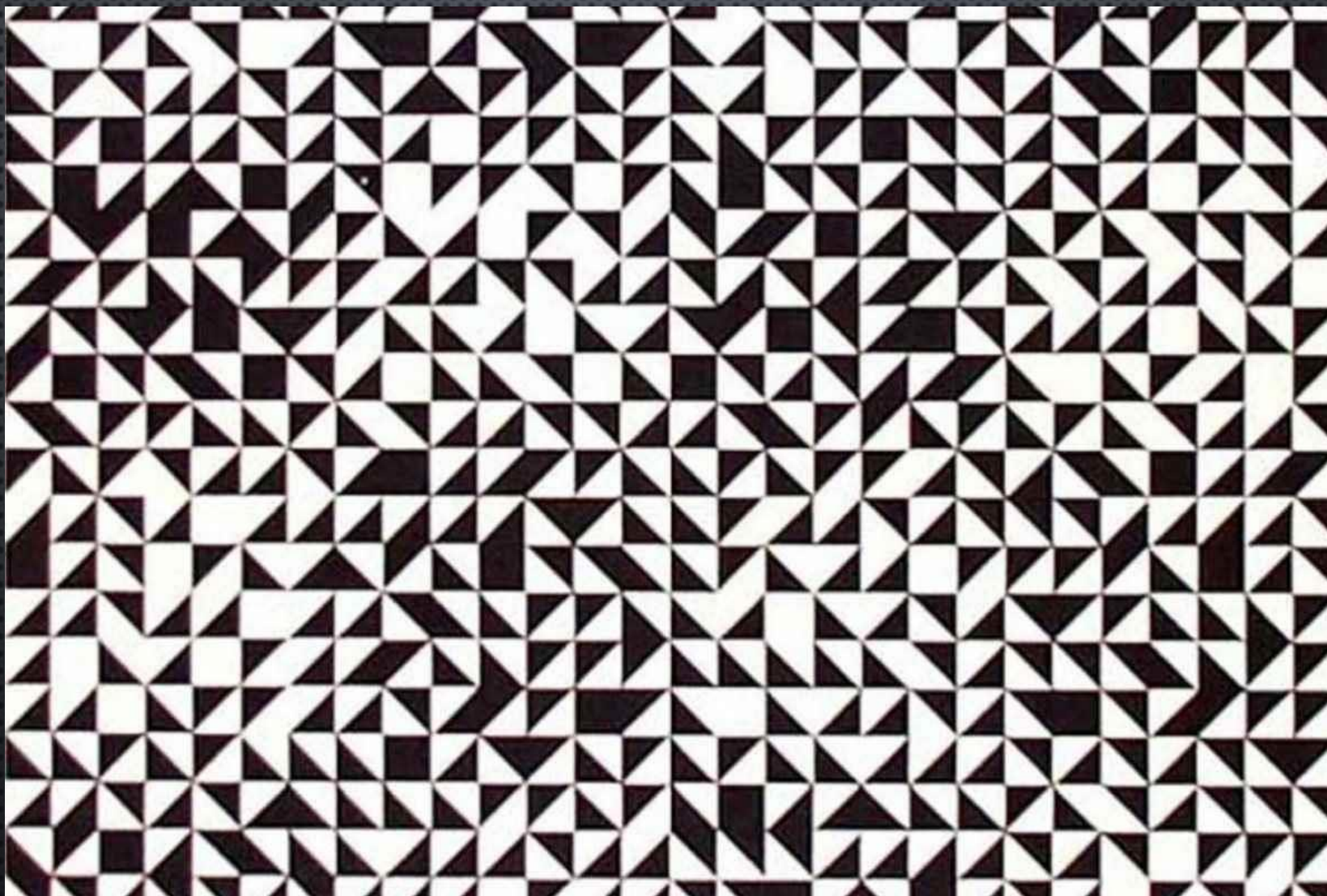
پترن دیزاین، هنری است که دنیایی از خلاقیت و هیجان را در خود جای داده است. با استفاده از این هنر می توانید جذابیت و حس فوق العاده ای را به محیط اطراف خود ببخشید و آثاری منحصر را خلق کنید. پترن دیزاین، هنری است که امروزه کاربرد بسیاری دارد و می توان گفت که تقریباً در همه صنایع کاربرد دارد.

از پترن های منحصر بفرد می توانید در هویت بخشیدن به طراحی گرافیک سازمانی یا همان هویت بصری استفاده کنید و در مواد و مصالح مورد نیاز در هویت بصری سازمان یا محصول یا خدمات مورد نظر وحدت بصری ویژه ای ایجاد نمایید.

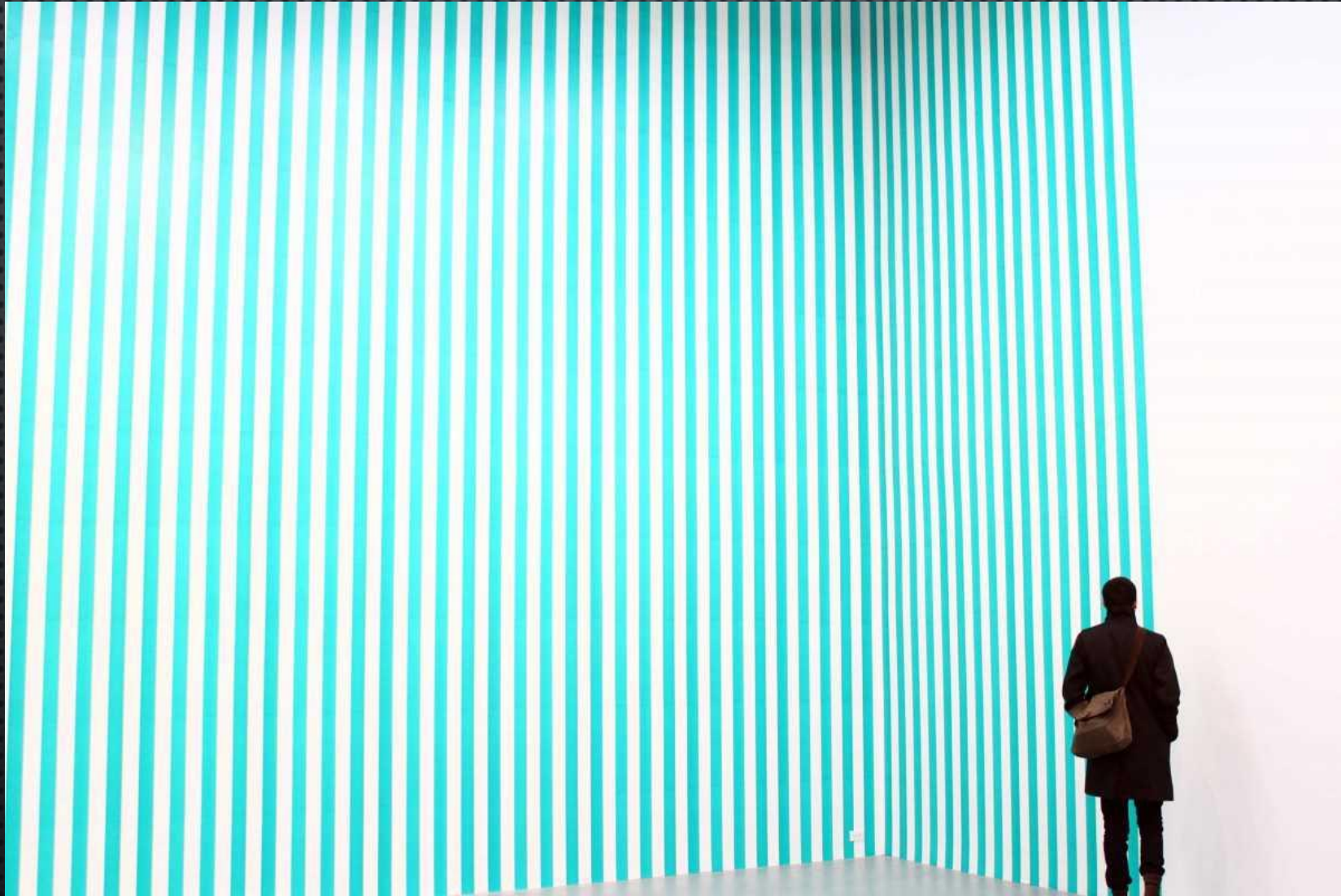
پترن ها اطلاعات زیادی را در مورد برندتان در اختیار مخاطب قرار می دهد و باعث می شود دیگران در مورد شما صحبت کنند.



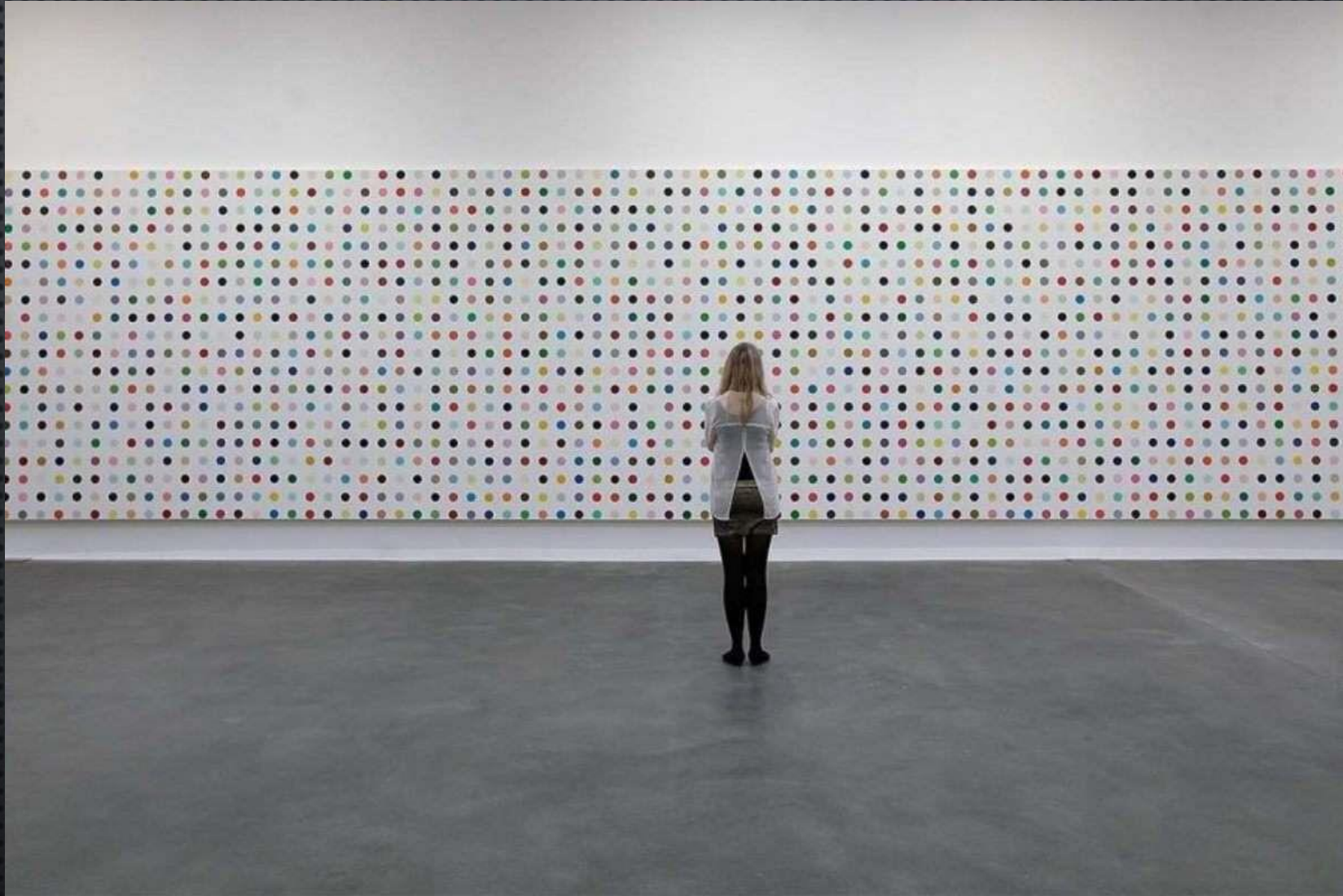
Gustav Klimt



Anni Albers



Daniel Buren



Damien Hirst