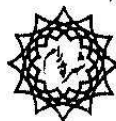


بسم الله الرحمن الرحيم



ده نماد

صد نشان

جلد ۳

پرندگان

www.ketab.ir

مولفان :

پندرام حکیمزاده - حیدر شجاعی

۱۳۹۸



نشر شهر پدram

ده نماد صد نشان - جلد ۳ - پرندگان

مولفان : پدram حکیمزاده - حیدر شجاعی

مدیر هنری و طراح جلد : پدram حکیمزاده

سال چاپ : ۱۳۹۸

تیراژ : ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ : اول

۹۷۸-۶۰۰-۷۸۱۱-۴۶-۷ : شابک دوره

۹۷۸-۶۲۲-۶۲۵۰-۴۳-۶ : شابک جلد

تلفن : ۰۹۱۲۴۳۹۱۴۰۴ - ۷۷۱۹۶۸۱۲

همه حقوق برای ناشر محفوظ است

شابک : دوره ۷-۶-۷۸۱۱-۶۰۰-۹۷۸ ؛ ج ۱ ۰۵-۴۰-۶۳۵۰-۶۳۳-۹۷۸ :

؛ ج ۲: ۲-۴۱-۶۳۵۰-۶۳۳-۹۷۸

؛ ج ۳: ۶-۴۲-۶۳۵۰-۶۳۳-۹۷۸

شماره : ۵۶۳۳۵۵۳

کتابشناسی

ملی

عنوان و نام : ده نماد صد نشان/ مولفان پدram حکیمزاده، حیدر شجاعی.

پدیدآور

مبخصات نشر : تهران: شهر پدram، ۱۳۹۸ -

مبخصات : ۱۲ ج.؛ مصور.

ظاهری

یادداشت : کتابنامه .

مبرجات : ج ۱. حیوانات اهلی. - ج ۲. حیوانات وحشی

موضوع : حیواناتها -- جنبه های سمبولیک

موضوع : Animals -- Symbolic aspects

موضوع : نشانه شناسی

موضوع : Semiotic

موضوع : علایم و نمادها

موضوع : Signs and symbols

رده بندی دیویی : ۳۵۹/۳۶۹

رده بندی کنگره : G۳۰۰/۳۶۹/۱۳۹۸

سرشناسه : حکیمزاده، پدram، ۱۳۳۹

شناسه افزوده : شجاعی، حیدر، ۱۳۴۵ -

وضعیت فهرست : فیبا

نویسی

فهرست

.....	مقدمه	-
.....	ویژگی های زبان تصویر	-
.....	دستور زبان نمادها و نشانه ها	-
.....	نشانه های تصویری و ادراک بصری	-
.....	ارتباطات غیر کلامی	-
.....	تفاوت ارتباط کلامی و غیر کلامی	-
.....	فرستاد پیام های غیر کلامی	-
.....	قوانین طلانی طراحی لوگو	-
.....	نماد در طراحی لوگو	-
.....	نکاتی درباره طراحی لوگو	-
.....	پرندگان ، بال پرندگان ، تخم پرندگان ، قفس	-
.....	اردک ، مرغابی ، غاز	۱.
.....	باز ، شاهین ، عقاب	۲.
.....	ببیل ، گنجشک	۳.
.....	خروس ، مرغ	۴.
.....	خفاش	۵.
.....	طاووس	۶.
.....	طوطی	۷.
.....	کبوتر	۸.
.....	کلاغ	۹.
.....	لک لک	۱۰.
.....	سیمرغ ، ققنوس ، هدهد ، هما	-
.....	ضمیمه - شتر مرغ	-
.....	فهرست مأخذ و منابع	-

مقدمه

وقتی به طراحان گرافیک سفارش طراحی آرم یا لوگو داده می شود اگر طراح بخواهد از نمادهای تصویری و به ویژه نمادهای حیوانی استفاده کند، برای شناخت ابعاد مختلف سمبلیک آن نماد باید مطالعات فراوانی انجام دهد. این کتاب با دادن شناخت ابعاد مختلف هر نماد و انتخاب بهترین لوگوها (ده لوگو برای هر نماد)، از میان صدها نوعی طراحی شده در جهان، بر آن است تا با راهنمایی به طراحان زودتر به مقصد برسند ...

در طراحی آرم، لوگو و یا نشانه «سطح» اهمیت ویژه ای دارد. لوگوهای موفق جهان معمولاً با یکی از سه سطح اصلی یعنی دایره، مربع و یا مثلث ساخته شده اند. برای طراحی لوگوهای حیوانی یا از شکل کلی آن حیوان و یا از بخشی از آن حیوان که معمولاً سر آن است استفاده می شود. حیوان می تواند از روبرو، سه رخ و یا نیمرخ طراحی شود که هر کدام با آن متفاوتی دارند.

سطح

شکلی که دارای دو سطح باشد سطح نامیده می شود. هم چنین روی چیزها را نیز سطح می گویند. در طبیعت و در پیرامون ما سطوح با اشکال متنوع و گوناگونی وجود دارند. سطح چیزها در طبیعت گاهی به صورت هموار و گاه ناهموار و دارای بافت و نشانهای مختلفی است. همه سطحها از سه شکل هندسی دایره، مربع، مثلث یا ترکیبی از آن‌ها به وجود می آیند.

دایره

دایره شکل کاملی است که حرکت جاودانه و مداوم، نشان می دهد. چرخش و حرکت مداوم اجزای یک ماشین در صنعت، و تکرار حرکت به صورت مستمر در طبیعت، مثل آمد و شد فصل‌ها، آمدن شب و روز، هفته‌ها، ماه‌ها و سال‌ها که به عنوان گردش روزگار از آن نام برده می شود، آسمان بلند که شعرا به آن دایره مینایی می گویند همه و همه نشان دهنده تناسی است که میان شکل دایره و اشکال متنوع حیات و طبیعت وجود دارد. دایره علاوه بر آسمان نمادی از معنویت، روحانیت و جهان غیر مادی می باشد.

مربع

مربع یکی از شکل‌های پایه و ساده هندسی است که از چهار ضلع و چهار زاویه مساوی تشکیل می شود. تغییرات زاویه‌ها و ضلع‌های مربع، اشکال چهارگوش متنوعی به وجود می آید. مربع بر خلاف دایره، ثبات، صلابت، استحکام و سکون است. این شکل مظهر قدرت زمین، ماده، چارچوب، عقل و منطق و در عین حال از زیباترین اشکال هندسی است.

مثلث

مثلث متساوی الاضلاع نیز دارای سه ضلع و زاویه مساوی است. هنگامی که این شکل بر سطح قاعده‌اش قرار بگیرد پایدارترین شکل هندسی است و مثل یک کوه استوار به نظر می رسد نمادی مردانه است. اما چنانچه بر یکی از

س‌های خود قرار بگیرد حالتی کاملاً ناپایدار و متزلزل دارد و نمادی زنانه است. مثلث به واسطه زوایای تندی که در سطحی مهاجم و شکلی ستیزنده دارد که همواره در حال تحول و پویایی است.

ویژگی‌های زبان تصویر

بیش از چهارسالگی، بخش اصلی آواز الفبا را یاد می‌گیریم. در حالی که آوازی درباره حروف الفبا، هیچ معادل تصویری را دربر نمی‌گیرد. با وجود این، کودکان به سرعت با این آواز هماهنگ می‌شوند؛ چرا که برای هر حرف، یک تصویر هم هست. کتاب‌های کودکان، در حل این مسئله، باری‌گر آنان هستند. حرف A برای Apple / حرف س برای سیب. هر حرف الفبا به تصویری تبدیل می‌شود که با مجموعه‌ای پیچیده از تصاویر مستقیم و غیرمستقیم در ارتباط است. ما دیگر مجبور نیستیم درباره سبب واقعی سرخ‌رنگ و آبدار بیندیشیم. ما می‌توانیم به سادگی، حرف س / A را مشاهده کنیم و دریابیم که این حرف، نمایانگر یک میوه است.

کودکان پیش از آنکه خواندن و نوشتن بیاموزند، تفاوت میان طرح یک خط و یک حرف را نمی‌دانند. هنگامی که طراحی‌های A-Z-L-U (س-ی-ب) با یکدیگر ترکیب شده‌اند که قادرند دیگر تصاویری را که نمایندگی آن را بر سر دارند، در ذهن ما برانگیزانند ما بعدها یاد می‌گیریم که این تصاویر-واژه‌ها می‌توانند با دیگر تصاویر-واژه‌ها ترکیب شوند. تصاویر-جمله‌ها را بسازند. برای کودک تفاوتی میان واژه‌ها و تصاویر وجود ندارند و همه اینها یکی را نشان می‌دهند. اما به زودی می‌آموزیم که میان واژه‌ها و تصاویر تفاوت قائل شویم و درباره آنها یکسان نپنداریم. در آموزش که گرچه می‌توانیم از هر دو عنصر معنا به دست آوریم، خواندن واژه‌ها بیش از خواندن تصاویر ارزش دارد. ما می‌آموزیم که تصاویر نقشی مجزا و کم‌اهمیت نسبت به واژه‌ها ایفا می‌کنند و گرچه می‌آموزیم که چگونه با استفاده از مداد رنگی و آب‌رنگ، خود تصاویری بیافرینیم، بیشتر می‌آموزیم که با مدادهای سیاه خود صوت‌ها، خطوط و خمیدگی‌هایی بیافرینیم که حروف و واژه‌ها را می‌سازند. ما تنها در کلاس هنر می‌آموزیم که تصاویر، بی‌دینیم. دیگر کلاس‌ها به نوشتن یا خواندن داستان‌ها، چه به صورت دستور یا در کلاس جغرافی اختصاص می‌یابند. می‌آموزیم که داستان‌ها را بخوانیم، اما هیچ‌گاه به ما نمی‌آموزند که چگونه تصاویر را بخوانیم.

نشانه‌های محکمی وجود دارد که نشان می‌دهند جایگاه تصاویر نسبت به گذشته به قدری یاد می‌گیرد. ما در میانه هجوم تصاویر زندگی می‌کنیم، تصاویر روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، پارچه‌ها، بیل، سی‌تی‌تی، تبلیغاتی، نمایشگرهای رایانه و صفحات تلویزیونی را پر کرده‌اند که حضوری اینچنینی، هیچ‌گاه در تاریخ ارتباطات جمعی سابقه نداشته است. حادثه‌ای در حال وقوع است. جامعه ما در حال تبدیل به جامعه‌ای تصویری است. برای بسیاری، درک جهان نه از طریق خواندن واژه‌ها، بلکه از طریق خواندن تصاویر تحقق یافته است. هانو هاردت (Hanno Hardt) فیلسوف، هشدار می‌دهد که فرهنگ تلویزیونی به عنوان عاملی هم در ارتباطات اجتماعی، جایگزین واژه‌ها می‌شود.

مختصر این که واژه‌ها تنها در کارهای بوروکراتیک از طریق گونه‌های تجاری و در کتاب‌ها که تنها از سوی معدودی افراد مورد مطالعه قرار می‌گیرند، حفظ می‌شوند. خواندن در رقابت با دیدن، شکست می‌خورد؛ چرا که مشاهده نیازمند انجام فرآیندهای ذهنی کمتری است.

منتقدان همه چیز از افزایش نرخ جرم و جنایت گرفته تا تنزل کیفیت نهادهای آموزشی و افزایش تعداد رسانه‌های تصویری را که هر روز به آسانی مشاهده می‌شوند، مورد انتقاد قرار می‌دهند. جوانان عصبانگر به نمادهای تصویری تمسک می‌جویند؛ چرا که واژه‌ها با شیوه‌های کهنه ارتباطات و برقراری نظم اجتماعی سروکار دارند. واژه‌ها سرکوب‌گرند. در حالی که تصاویر جذابند، به آسانی در فرهنگی خاص درک و به ابزارهای آن فردی تبدیل می‌شوند. یکی از نخستین اقداماتی که در سال ۱۹۱۷، از سوی دولت تازه روسیه صورت گرفت، ایجاد دگرگونی در کلیساها و بهره‌گیری از آنها در فیلم‌های تبلیغاتی بود. از نخستین وظایف نیروهای شورشی، تخریب دستگاه تلویزیون است. همه شورشی‌ها درک می‌کنند که به منظور کنترل بر کشور، تصاویر باید کنترل شوند.

پیام‌های تصویری، توانمند و نه خاص خود خوانده می‌شوند، اما این زبان برای افرادی که فقط می‌توانند واژه‌ها را بخوانند، قابل درک نیست. وای دیوارها و علائم در بسیاری از شهرها، اغلب با پیام‌های رنگارنگ پوشانده می‌شوند. عباراتی همچون «تخریب‌گری» (Vandalism) و «خط‌خطی‌های روی دیوارها» (Caraffiti) نوشتن علائم روی دیوارهای خیابان به گونه‌ای آزارینده آن بستگی دارد. این پیام‌های تصویری، در واقع گونه‌ای نوشتار پیچیده ارتباط هستند. نوشته‌ها گاهی جیتی شاید به معنای تعیین محدوده کنترل یک گروه جنایتکار در یک محله یک تمنا برای همدلی، امید برای آینده، اندوه برای معشوقی به قتل رسیده، خشمی نسبت به دشمن، نمایشی از شوخ‌طبعی و طنز به عنوان بخور و آلودگی ملی، از تخریب‌گری جنایتکارانه یا به سادگی بیان احساسات فردی باشند که نشانگر حضور نویسنده است. این تصاویر نیز مانند هر نظام ارتباطی نمادین دیگری عمل می‌کند. اگر شما زبانی را ندانید، در رمزگشایی پیام به شکل روبه‌رو خواهید شد. گرچه روشن نیست که آنچه ممکن است اجتماعی، مذهبی و آموزشی باشد، بر فرهنگ تصویری مؤثر باشد و این امر به جامعه جهانی وابسته خواهد بود، بهره‌گیری از تصاویر می‌تواند بازگشت به اصل واژه را تقویت کند. علاوه بر آن، یک ابزار ارتباطی که در آن واژگان و تصاویر جایگاه یکسانی دارند، می‌تواند نتیجه افزایش ناگهانی و اخیر تصاویر باشند.

به دلیل آن که تصاویر تلویزیون از مرزهای بین‌المللی می‌گذرند، آسان‌تر توسط همه افراد درک می‌شوند. واژه‌ها به آسانی فراموش می‌شوند، اما تصاویر در ذهن ما باقی می‌مانند. جان اسکولی، مدیرعامل پیشین شرکت کامپیوتر اپل، از وابستگی جهان به تصاویر برای برقراری ارتباط نمی‌هراسد. او از این باور دفاع می‌کند: «ما در جامعه‌ای متمرکز از تصاویر زندگی می‌کنیم. به آشناترین ابزار برای بیان تصاویر، یعنی تلویزیون توجه کنید. برنامه‌ها را می‌توان از شبکه مستقیم، از کابل‌ها یا فیبرهای نوری، از ماهواره، از نوارهای ویدئویی یا لوح‌های

لِزری مشاهده کرد. در برخی مجموعه‌های تلویزیونی، حتی می‌توانید هم‌زمان شاهد چند برنامه باشید. در یک آگهی تلویزیونی برای فناوری تصویربرداری CD کدک که در آن می‌توان تصاویر را در صفحه نمایشگر CD مشاهده کرد، گوینده عنوان می‌دارد که «تصاویر هیچ‌گاه چنین نیرومند نبوده‌اند». هنگامی که دستگاه‌های تلویزیون و رایانه با یکدیگر مرتبط می‌شوند، بینندگان در حقیقت قادر خواهند بود تا محتوا و ویژگی‌های فنی برنامه‌ها را براساس علایق فردی خود تغییر دهند. این ترکیب در حقیقت ابزاری نیرومند برای تصاویر است.

رایانه‌ها تولید و توزیع تصاویر را برای همگان، با سرعتی غیرقابل باور امکان‌پذیر می‌سازند. رایانه‌ها که بیش از دیگر ابزارها دارای نوآوری هستند، مسئولیت افزایش تصاویر را عهده دارند. اسکولی پیش‌بینی می‌کند که در آستانه قرن ۲۱ درصد تمامی واژه‌ها و تصاویری که در جهان پدید می‌آیند، با بهره‌گیری از رایانه شکل خواهند گرفت. در آن زمان، واقعیت مجازی- ترکیب فناوری‌های رایانه و تلویزیون که بینندگان را به کاربران فعال ابزار تبدیل می‌سازد- ارائه و در دسترس خواهد بود. روانشناس آموزش، جروم برونر، از دانشگاه نیویورک سیتی، به پژوهش‌های اثباتی می‌کند که نشان می‌دهند افراد تنها ۱۰ درصد آنچه را شنیده، ۳۰ درصد آنچه خوانده و ۸۰ درصد آنچه دیده‌اند و شنیده‌اند، به یاد می‌آورند. هنگامی که همه اعضای جامعه چه در خانه، چه در مدرسه و چه در محل کار می‌آیند که برای پردازش واژه و تصویر از رایانه‌ها استفاده کنند، نوعی دگرگونی از مشاهده غیرفعال، به بهره‌گیری فعال رخ خواهد داد. در آن زمان، دیگر هیچ مانعی میان این دو ساختار نمادین وجود نخواهد داشت و واژه‌ها و تصاویر، به یک شیوه ارتباطی نیرومند و به یادماندنی تبدیل خواهند شد.