

۱- نشانه‌های نوشتاری به چه نوع از نشانه‌ها اطلاق می‌شود؟

۲- این گونه از نشانه‌ها به چند دسته تقسیم می‌شوند؟

۳- در سرزمین ما ایران این نشانه‌ها بیش‌تر با الهام از چه عناصر و خطوطی طراحی می‌گردند؟

۴- این نوع از نشانه‌ها از چه زمانی متداول شده‌اند؟

۵- آیا در محل زندگی خود نمونه‌هایی از نشانه‌های نوشتاری سراغ دارید؟ نام ببرید.

۶- ارتباط این نوع از نشانه‌ها با خوشنویسی چگونه است؟

## ۲- نشانه‌های نوشتاری یا لوگوتایپ<sup>۱</sup>: نشانه‌های

نوشتاری به آن دسته از نشانه‌ها گفته می‌شود که عناصر اصلی تشکیل‌دهنده‌ی آن‌ها حروف، کلمات و یا اعداد باشند. درواقع این عناصر جایگزین مناسبی برای تصویر شده‌اند. به عبارت دیگر، این نوع نشانه‌ها عملکردی همانند نشانه‌های تصویری و در عین حال ارتباطی تنگاتنگ با خوشنویسی یا کالیگرافی<sup>۲</sup> دارند. طراحان با استفاده از عنصر خط نوشتاری جهت نشان دادن نماد مؤسسه، شرکت و یا نهادی خاص بهره می‌گیرند. می‌دانیم که انسان از آغاز تا امروز مراحل خط تصویری<sup>۳</sup>، خط اندیشه‌نگار<sup>۴</sup>، خط هجایی<sup>۵</sup> و خط الفبایی<sup>۶</sup> را پشت سر گذاشته است. درحال حاضر بیش‌تر خطوط به صورت الفبایی هستند، و از طریق آن‌ها است که معانی، اندیشه‌ها و تجارب بشری در زمینه‌های گوناگون بر روی اوراق کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها و یا به صفحات دیجیتال و رایانه‌ای انتقال می‌یابد.

بسیاری از این گونه نمادها در تمدن‌های گوناگون به صورت

نشانه‌های خانوادگی، مشاغل خاص و حتی امضای شخصی کاربرد داشته است. در ایران نیز استادکاران صنایع دستی برای مشخص و اصل بودن آثاری که می‌ساختند و نیز تضمین کالای خود از نمادهای نوشتاری استفاده می‌کردند و بدین طریق به آثار تولید شده‌ی خود اعتبار می‌بخشیدند و گاه نیز از این نمادها به عنوان مهر شخصی استفاده می‌کردند.

در جوامع کنونی نشانه‌های نوشتاری به مثابه‌ی نشانه‌های تصویری از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردارند. به طوری که شاهد کاربرد آن‌ها بر سر در مغازه‌ها، عناوین روزنامه‌ها و مجلات، انواع ساک‌های دستی و انواع بسته‌بندی‌ها می‌باشیم.

در کشور ما نیز با توجه به قدمت خطوط سنتی و تنوع و زیبایی این خطوط، نمادهای نوشتاری روزبه‌روز حضور گسترده‌تری در امر تبلیغات یافته‌اند.

نکته‌ی قابل توجه در طراحی این گونه نشانه‌ها آن است که باید به حروف، کلمات و اعداد به مثابه یک عنصر تصویری نگاه

۱- logotype

۲- calligraphy

۳- pictogram

۴- ideogram

۵- phenograph

۶- alphabet

کرد و با استفاده از فضاهای مثبت و منفی، گردش و چرخش حروف، ارتباط آن‌ها با هم، رعایت ترکیب‌بندی و سایر اصول فنی به طراحی این نشانه پرداخت.

هم‌چنین باید دقت کرد که خوانایی نشانه را نباید فدای زیبایی آن کرد. زیرا نشانه‌های نوشتاری به‌صورتی گسترده، طیف وسیعی از اقشار جامعه را پوشش می‌دهند، پس با توجه به عملکردی که از آن‌ها انتظار می‌رود باید خوانایی لازم را برای عناوین روزنامه‌ها و مجلات، بسته‌بندی‌ها و غیره از دست ندهند. نشانه‌های نوشتاری خود به دو دسته‌ی زیر تقسیم می‌شوند:

۱- نشانه‌های نوشتاری حاوی یک یا چند حرف که معمولاً حرف اول نام مؤسسه است. (مونوگرام)<sup>۱</sup>

۲- نشانه‌های نوشتاری حاوی نام کامل مؤسسه یا موضوع نشانه (لوگوتایپ)<sup>۲</sup>

۱- نشانه‌های نوشتاری حاوی یک یا چند حرف (مونوگرام): به نوعی از نشانه‌های نوشتاری که با استفاده از حرف و یا حروف اول اسم (اعم از خاص و عام) طراحی می‌گردد، «مونوگرام» گویند. این نوع از نشانه‌ها در کشور ما کمتر مرسوم بوده است ولی در کشورهای اروپایی فراوان استفاده می‌شود که شاید به دلیل شکل هندسی حروف لاتین باشد که کاربرد ساده‌تری در شکل دادن به نشانه دارند. البته در دو دهه‌ی اخیر در جامعه‌ی ما نیز طراحان گرافیک با این شیوه توانسته‌اند آثار زیبایی به وجود آورند (شکل ۳۹-۱).



شبکه‌ی چهار صدا و سیما



مرکز تجاری و بازرگانی ایران  
و قطر، طراح: فتح‌الله مرزبان



شرکت تهران خیره،  
طراح: فتح‌الله مرزبان



بنیاد مسکن انقلاب اسلامی،  
طراح: مرتضی ممیز



جامعه‌ی مشاوران ایران،  
طراح: مرتضی ممیز



نشانه‌ی طراح،  
طراح: عبدالرضا چارئی

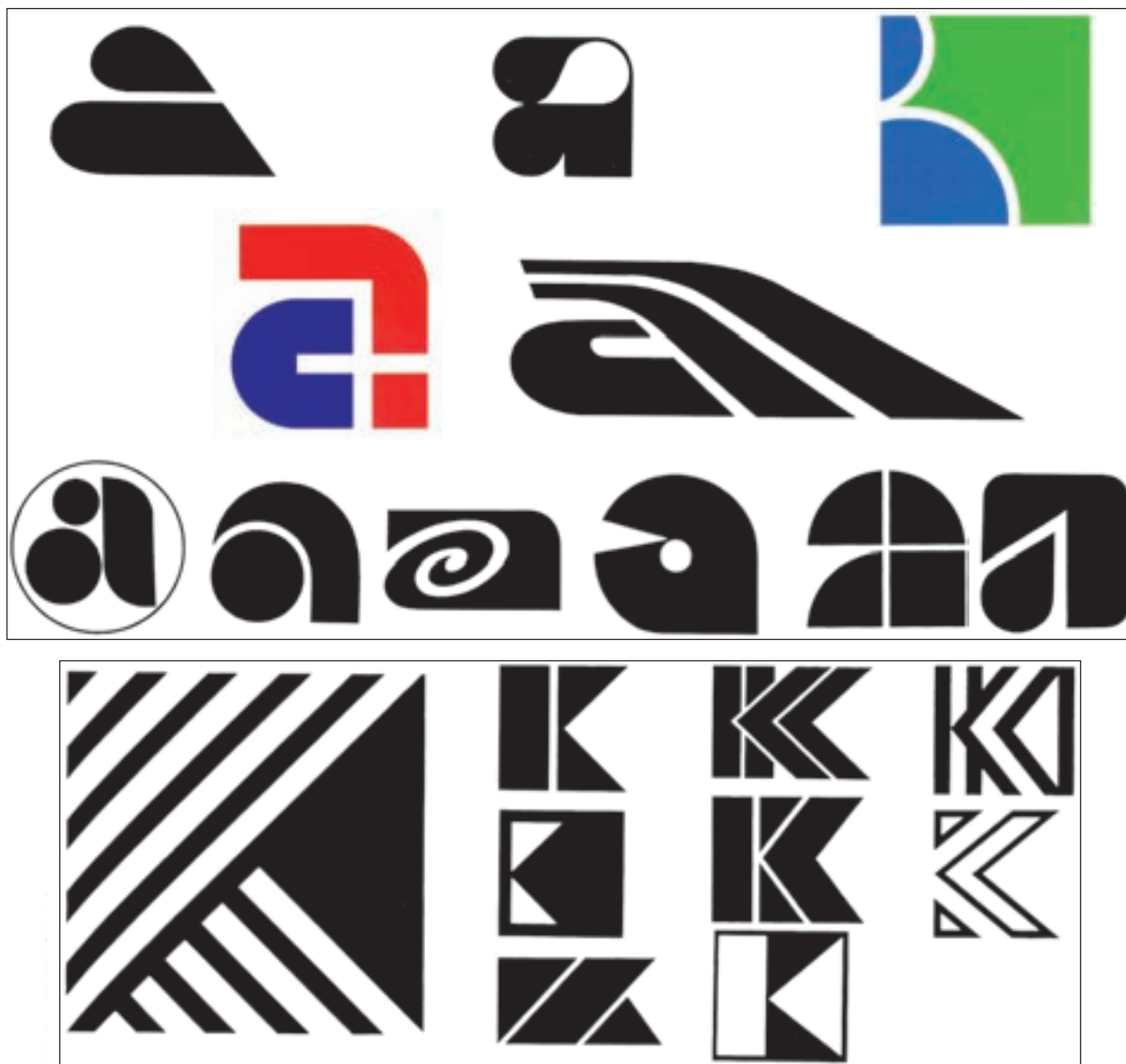


طرح برای موزه‌ی فلسفه‌ی دکتر فردید، طراح: ابراهیم حقیقی

شکل ۳۹-۱- نمونه‌هایی از نشان‌های نوشتاری با استفاده از حرف یا حروف اول اسم مؤسسات تجاری و فرهنگی.

۱- monogram

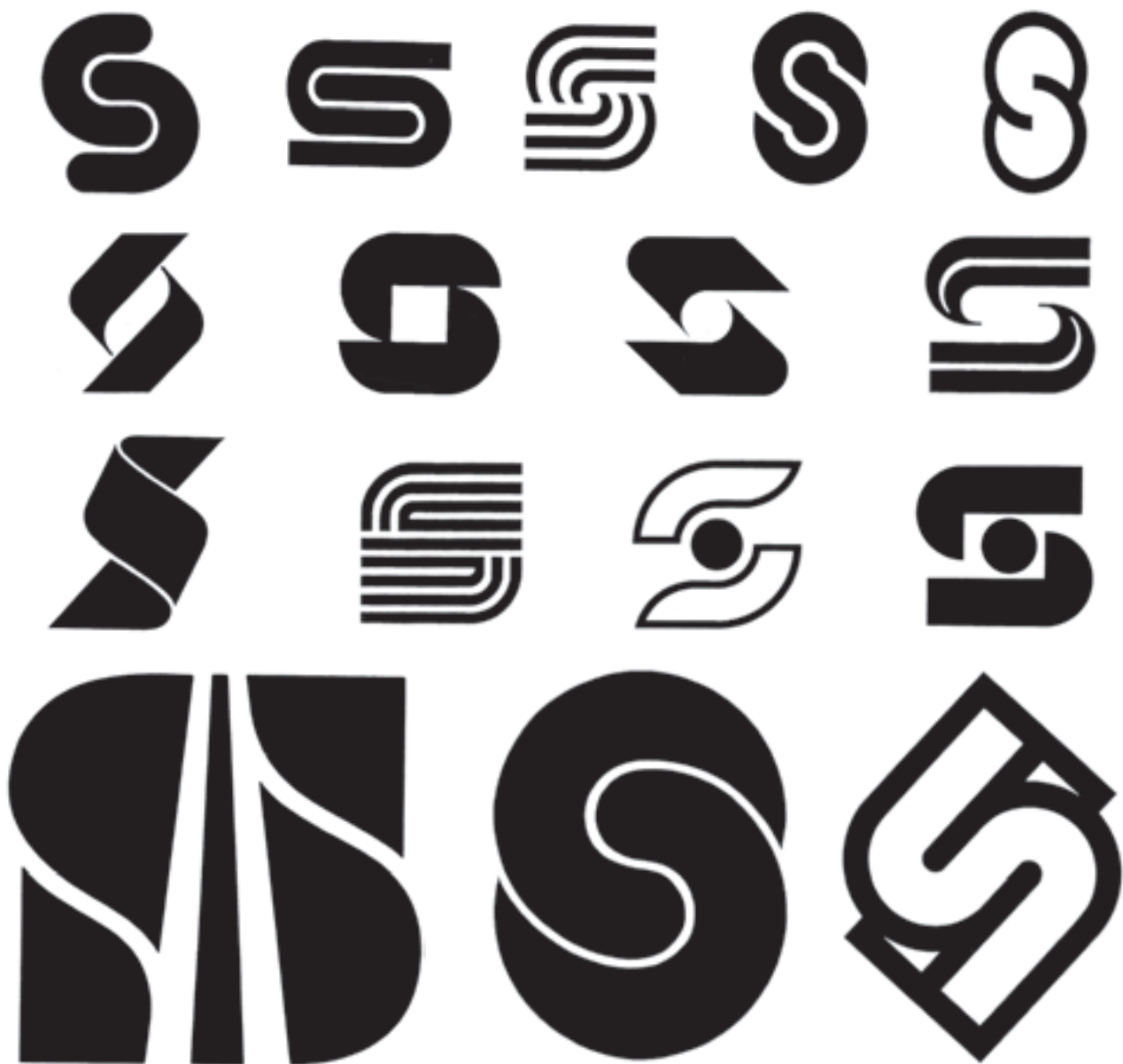
۲- logotype



شکل ۴۰-۱- الف- نمونه‌هایی از نشانه‌های نوشتاری مؤسسات خارجی با استفاده از حروف a, b و k. در این نشانه‌ها نگرش طراحان مختلف نسبت به طراحی نشانه‌های نوشتاری مشاهده می‌گردد.



شکل ۴۰- ۱- ب - نشانه‌های نوشتاری با استفاده از حروف B، I، N، O.



شکل ۴۱-۱ نشانه‌های نوشتاری مونوگرام که همگی با استفاده از S، که حرف و یا حروف اول اسم مؤسسه است طراحی شده‌اند.

طغری و سایر خطوط، نمونه‌های زیبا و بدیعی برای مهرهای مختلف به وجود آورده‌اند. در حال حاضر نیز با الهام از خطوط سنتی و برداشت‌های نو نمادهای متنوعی در این زمینه توسط طراحان گرافیک، طراحی شده است (شکل‌های ۴۳-۱ تا ۴۸-۱). آنچه در طراحی این گونه نشانه‌ها اهمیت دارد عبارت است از: خوانایی، سادگی، ترکیب‌بندی و مهم‌تر از همه خلاقیت و نوآوری.

۲- نشانه‌های نوشتاری با استفاده از یک یا چند کلمه (لوگوتایپ): به نشانه‌های نوشتاری که با استفاده از اسم (یک یا چند کلمه) کامل طراحی شوند لوگوتایپ گویند. این نوع از نشانه‌ها رابطه‌ای تنگاتنگ با خوشنویسی دارند و در کشور ما از سابقه‌ی طولانی‌تری نسبت به نشانه‌های مونوگرام یا تک‌حرفی برخوردارند (شکل ۴۲-۱). در این نوع از نشانه‌ها هنرمندان ایرانی، عرب و ترک با استفاده از خطوط سنتی کوفی،



شکل ۴۲-۱- نمونه‌هایی از مهرهای نوشتاری (حک شده بر روی فلز برنج) که به صورت نشانه‌های شخصی با الهام از خطوط سنتی کوفی، ثلث، طغری و نستعلیق طراحی شده‌اند.



طراحی و خطاطی نشانه‌ی بنیاد نهج البلاغه  
طراح: محمد احصائی



شرکت تولیدی ساختمانی اصفهان  
طراح: مسعود سپهر و سیما مشتاقی



عنوان فیلم غزل  
طراح: مرتضی ممیز



طراحی بسم الله  
طراح: بیژن صیفوری



طراحی بسم الله  
طراح: عبدالرضا چارئی



مرکز حافظ‌شناسی شیراز  
طراح: عبدالرضا چارئی



بزرگداشت هزاره‌ی تولد فارابی  
خوشنویس محمد احصائی — طراح: مرتضی ممیز

شکل ۴۳-۱ — نمونه‌ای از نشانه‌های نوشتاری (لوگوتایپ) اثر طراحان معاصر ایرانی — در این آثار از خطوط سنتی به شیوه‌هایی نو و بدیع استفاده شده است.





سازمان انتشاراتی ابوذری  
طراح: محمد احصایی



عنوان فصل‌نامه‌ی ارغنون، طراح: علی خورشیدپور



دانشکده‌ی علامه طباطبائی، طراح: عبدالرضا چارنی



عنوان نشریه‌ی فرش  
طراح: حمیدرضا رحمانی

شکل ۴۴-۱- در این نشانه‌های نوشتاری طراحان به خوبی از فضای مثبت و منفی جهت طراحی سود جستند.





عنوان نشریه‌ی معرفت، طراح: حمیدرضا رحمانی



عنوان نشریه‌ی راه نو  
طراح: حمیدرضا رحمانی



عنوان نشریه‌ی بهاران  
طراح: حمیدرضا رحمانی



عنوان نشریه‌ی شیراز  
طراح: حمیدرضا رحمانی



شرکت شیمیایی بحر طراوت، طراح: حمیدرضا رحمانی



عنوان نشریه‌ی هما، طراح: مرتضی ممیز



عنوان نشریه‌ی حقوق زنان، طراح: مرتضی ممیز



شرکت خدمات کامپیوتری مروا  
طراح: مسعود سپهر و سیما مشتاقی



عنوان نشریه‌ی فرهنگی هنری کلمه  
طراح: مصطفی اسداللهی

شکل ۴۵-۱- نشانه‌هایی را که مشاهده می‌کنید با الهام از خطوط سنتی طراحی شده‌اند.



عنوان نشریه‌ی پیام امروز  
طراح: مرتضی ممیز



دانشکده‌ی علوم قرآنی  
طراح: محمدحسین حلیمی



مرکز فرهنگی امیرالمؤمنین  
طراح: محمدحسین حلیمی



عنوان کتاب ماهی سیاه کوچولو، طراح: فرشید مثقالی



سرفصل برای کتاب  
طراح: بیژن صیفوری



عنوان نشریه‌ی راه آورد  
طراح: بیژن صیفوری



عنوان رنگ متین  
طراح: بیژن صیفوری



خانه‌ی گرافیک ایران  
طراح: رضا عابدینی



شرکت درب ایران  
طراح: ایرج میرزا علیخانی



طراحی بسم الله  
طراح: ابراهیم حقیقی



نشانه‌ی شهرداری سنندج  
طراح: حمیدرضا زری

شکل ۴۷-۱

ادبیات راسته

عنوان ماهنامه‌ی ادبیات داستانی  
طراح: رضا عابدینی

الله

عنوان برنامه‌ی تلویزیونی  
طراح: رضا عابدینی

بهار

سینما تئاتر بهاران  
طراح: بیژن صیفوری



طراحی عنوان شرکت مینا، طراح: فتح‌الله مرزبان

شکل ۱-۴۸- در کلیه‌ی شکل‌های ۱-۴۳ تا ۱-۴۸ نمونه‌های متفاوتی از نشانه‌های نوشتاری «لوگوتایپ» برگرفته از خطوط سنتی و جدید مشاهده می‌شود. هر کدام از این طرح‌ها خود گواه صادقی بر خلاقیت‌های فردی طراح است. کاربرد رو به گسترش این نوع نشانه از اواخر دهه‌ی ۵۰ هجری شمسی آغاز شد و به صورت حرفه‌ای، بسیاری از طراحان گرافیک به این شاخه از گرافیک روی آورده‌اند.

۱- نشانه‌های تلفیقی کدام دسته از نشانه‌ها هستند؟

۲- ساده‌ترین تعریفی را که برای این‌گونه از نشانه‌ها می‌دانید بیان کنید.

۳- چند نمونه نشانه‌ی تلفیقی پیدا کنید و آن‌ها را به کلاس درس بیاورید و به تبادل نظر در مورد آن‌ها بپردازید.

۴- از هنرجویان نیز بخواهید چند نمونه نشانه‌ی تلفیقی به کلاس درس بیاورند و آن‌ها را در گروه‌های چند نفری

مورد نقد و بررسی قرار دهند.

۵- به نظر شما نشانه‌های تلفیقی چه محدودیت‌ها و یا چه توان‌مندی‌هایی دارند؟

۶- به نظر شما نشانه‌های تلفیقی در حال حاضر نسبت به سایر نشانه‌ها چه جایگاهی دارند؟ (در این مورد در کلاس

درس به تبادل نظر با هنرجویان بپردازید.)

۳- نشانه‌های تلفیقی: این‌گونه نشانه‌ها همان‌گونه که از

نامشان پیداست، تلفیقی از عناصر تصویری و نوشتاری‌اند. در

نشانه‌های تلفیقی برخی مواقع غلبه بر عنصر تصویر و یا نوشته

است و رابطه‌ی میان این دو نشانه به صورت تکمیل یکدیگر و یا

تقویت هم‌دیگر می‌باشد (شکل‌های ۴۸-۱ و ۴۹-۱).

این‌گونه نشانه‌ها در جوامع نسبت به سایر نشانه‌ها کاربرد

کمتری دارند و بیش‌تر طراحان گرافیک سعی در اجرای مستقل

نشانه‌های نوشتاری و تصویری دارند و گاه بنا به درخواست

سفارش‌دهنده به طراحی این‌گونه از نشانه‌ها می‌پردازند.



شکل ۵۰-۱- نشانه‌ی تلفیقی برای یک شرکت تبلیغاتی

که با تلفیق تصویر و نوشته طراحی شده است.



شکل ۴۹-۱- نشانه‌ی تلفیقی برای یک مداد، که با تلفیق تصویر و

نوشته طراحی شده است.

## تمرین

۱- در گروه‌های دویاسه نفری، چند نشان تلفیقی جمع‌آوری کنید و آن‌ها را به کلاس آورده در مورد آن‌ها به تبادل نظر بپردازید.

۲- سعی کنید یکی از آن‌ها را به کمک هنرآموز خود تجزیه و تحلیل کنید.

۳- برای یک مرکز تجاری، یک نشانه‌ی تلفیقی طراحی کنید.

### ویژگی‌های یک نشانه

طراحان گرافیک به‌خاطر این که یک نشانه دارای ماندگاری بیش‌تر شود، باید برخی نکات را در نظر داشته باشند. مهم‌ترین این نکات به‌اختصار عبارتند از:

۱- متناسب بودن کلی نشانه با موضوع آن: نشانه‌ها باید همواره با موضوع خود مرتبط باشند؛ به‌عنوان مثال نشانه‌ی یک مؤسسه‌ی انتشاراتی می‌بایست بیان‌گر نشر و کتاب‌خوانی باشد تا با موضوع خود که همانا گسترش مطالعه و چاپ است ارتباط بیش‌تری داشته باشد.

۲- ساده بودن: نشانه باید به‌قدری ساده، واضح و آشکار باشد که در ذهن مخاطب خود به‌راحتی جای گیرد و گذشت ایام موجب فراموشی آن نگردد؛ این خود موجب پایداری و طول عمر نسبتاً طولانی آن خواهد شد. مثلاً نشانه‌ی شرکت اتومبیل‌سازی مرسدس بنز آلمان بیش از یک قرن است که با سادگی خود توانسته به حیات خود با اقتدار ادامه دهد.

۳- ترکیب‌بندی مناسب: ترکیب‌بندی یکی دیگر از ویژگی‌هایی است که طراح باید آن را مورد توجه قرار دهد. و ضمن آن از تنوع دادن به عناصر تشکیل‌دهنده تا حد ممکن اجتناب کند. باید بیش‌تر سعی کند نماد و نشانه‌ی خود را در قالب اشکال هندسی (دایره، مربع، مستطیل و مثلث) جای دهد تا نشانه از

ترکیب‌بندی و استواری بیش‌تر برخوردار گردد.

۴- رعایت اصول فنی: رعایت اصول فنی در طراحی نشانه باید به‌گونه‌ای منطقی باشد تا ضخامت خطوط نسبت به فضای مثبت و منفی به‌درستی سنجیده شود. تا کوچک شدن احتمالی نشان، منجر به حذف و یا چسبندگی قسمت‌هایی از طرح نگردد. هم‌چنین نماد یا نشانه بهتر است این قابلیت را داشته باشد تا به غیر از چاپ روی سربرگ و اوراق اداری، بتوان آن را به‌صورت حجم مستقل، و یا زدن نقش برجسته روی مواد و مصالح گوناگون، در صورت لزوم، اجرا کرد.

۵- خلاقیت و ابداع در طراحی: خلاقیت هر چند که در کلیه‌ی آثار هنری امری ضروری است، در طراحی نشانه از اهمیت بیش‌تری برخوردار است. خلاقیت هنرمند، هم منجر به نوآوری در کار او و تنوع سلیقه‌ی وی خواهد شد و هم موجب رو به رشد و ترقی نهادن سلیقه‌ی جامعه خواهد گشت و در نهایت موجب طراحی نشانه‌هایی خواهد شد که تاکنون مشابهی نداشته است.

۶- رعایت جنبه‌های فرهنگی و بومی جامعه‌ی مخاطب: رعایت جنبه‌های فرهنگی و بومی هر ملتی در طراحی نشانه‌ها نقش مهمی دارد. هر چند که در بسیاری از نمادها که جنبه‌ی بین‌المللی دارد شاید حضور و رنگ کم‌تری داشته باشد

(همانند تابلوهای راهنمایی و رانندگی). به طور کلی، در بسیاری از موارد کاربرد نقوش برگرفته از فرهنگ و تمدن هر جامعه در

معرفی آن جامعه نقش به سزایی دارد به ویژه رعایت این گونه موارد بیش از هر چیز در نمادهای فرهنگی نقش و نمود خواهد یافت.

## پرسش

۱- آیا تاکنون نشانه‌های رنگی دیده‌اید؟

۲- به نظر شما تأثیرگذاری آن‌ها با هم چه تفاوتی دارد؟

۳- آیا رنگ‌ها نمی‌توانند در نوع ارائه‌ی خدمات مؤسسات و نهادها به مخاطب خود اطلاعات دیگری بدهند؟

۴- کاربرد رنگ‌های سنتی و بومی در طراحی نشانه‌ها چه اهمیتی دارد؟

۵- آیا رنگ‌ها برای مخاطبین کاربردهای متفاوتی دارند؟

۶- آیا در همه حال، رنگ با نشانه و نوع خدمات‌دهی‌اش تطابق دارد؟

## کاربرد رنگ در طراحی نشانه

همان گونه که اهمیت رنگ در زندگی روزمره در جوامع گوناگون بر کسی پوشیده نیست، در طراحی نشانه نیز اهمیت بسیار دارد و استفاده از آن دارای کاربردی وسیع است. رایج‌ترین کاربرد رنگ در طراحی نشانه، برای تأکید بر معنی و مفهوم نشانه است و در نهایت برای بیان بصری بهترِ نشانه می‌توان از عنصر رنگ سود جست.

به عنوان مثال در نشانه‌ی یک مؤسسه‌ی کشاورزی اغلب از رنگ سبز با درجات مختلف تیره و روشن استفاده می‌شود که این موجب درک بهتر بیننده از موضوع کار آن مؤسسه خواهد شد.

با توجه به خصوصیات بارز رنگ‌ها (تضادها، روان‌شناسی رنگ‌ها، مقاطع سنی مخاطبین، شناخت از فرهنگ بومی و سایر خصوصیات رنگ‌ها) طراحان توانسته‌اند از آن به خوبی سود جویند (شکل‌های ۱-۵۱ تا ۱-۵۳).



شکل ۱-۵۱- نشان فروشگاه‌های واقع در فرودگاه

طراح با توجه به این که این فروشگاه در فرودگاه مستقر است با استفاده از نماد پرند و رنگ آبی هم توانسته به نوع خدمات‌دهی خود و مکان آن اشاره نماید و هم این که ترکیب رنگی زیبا و مناسبی با استفاده از تضاد رنگ‌های زرد - آبی و بنفش به وجود آورد.





شکل ۱-۵۳- ب

شرکت انرژی: طراح با استفاده از رنگ قرمز و تصویر شعله‌ی آتش توانسته است به خوبی مفهوم انرژی و نوع خدمات آن مؤسسه را به مخاطب القا کند.

طراحان گاه بدون توجه به ارتباط کار با موضوع و تنها براساس سفارش مؤسسات، رنگی خاص را برای نشانه در نظر می‌گیرند که ممکن است با نوع کار آن مؤسسه هیچ‌گونه ارتباطی نداشته باشد.



شکل ۱-۵۴- شرکت خدمات آبرسانی

در این نشان تصویری، طراح با استفاده از رنگ آبی به خوبی توانسته است نوع خدمات‌رسانی شرکت را بیان کند.



شکل ۱-۵۲- شهرداری تهران، طراح: مرتضی ممیز

در نشان شهرداری تهران، با توجه به عملکرد شهرداری در توسعه و حفظ فضای سبز شهری، طراح از رنگ سبز برای نشان دادن فعالیت شهرداری به خوبی استفاده کرده است.



شکل ۱-۵۳- الف

شرکت شمع‌سازی با استفاده از تصویر شمع و شعله‌ی آتش: در این نشان تصویری طراح به غیر از استفاده از عنصر تصویری با استفاده از رنگ قرمز توانسته است ارتباطی اصولی با نوع خدمات‌رسانی آن مؤسسه به وجود آورد.

است. اکنون دیگر کم‌تر نماد و یا نشانه‌ای را می‌توان بر اوراق اداری یافت که سیاه و سفید باشد (شکل‌های ۱-۵۵ و ۱-۵۶). این نکته هم بر نقش و اهمیت رنگ تأکید دارد و هم سلیقه‌ی جوامع را در کاربرد رنگ برای این منظور نشان می‌دهد.



شکل ۱-۵۶

نشان شرکت خدمات امداد رسانی: طراح در این اثر با استفاده از رنگ خاکستری — سفید و بنفش توانسته است به‌خوبی نقش امداد رسانی را با رنگ بنفش در کنار سفید و خاکستری به مخاطب القا کند و از رنگ خاکستری در جهت بیان افراد ناراحت و مریض به‌خوبی استفاده کرده است. هم‌چنین رنگ سفید را به‌صورت منفی و به‌عنوان احیاکننده‌ی این دسته از افراد به‌کار برده است.

برخی مواقع رنگ صرفاً جنبه‌ی تزئینی و سلیقه‌ای می‌یابد و بر زیبایی نشانه می‌افزاید. جدا از همه‌ی این‌ها، رنگ به‌عنوان یک عنصر مهم جهت شناسایی بیش‌تر نمادها و نشانه‌ها، امروزه کاربردی وسیع یافته است به‌ویژه که با استفاده از اصول روان‌شناسی رنگ‌ها در طراحی نشانه جنبه‌ی علمی نیز پیدا کرده



شکل ۱-۵۵

تضاد رنگ — طراح نشانه با استفاده از حرف G و شعله‌ی آتش و تضاد رنگ زرد و آبی بنفش توانسته است به ترکیب رنگی خوبی دست یابد.

## تمرین

۱- از هنرجویان بخواهید که چند نمونه نشانه، که رنگ با موضوع و کاربرد آن مرتبط و غیر مرتبط است پیدا کنند و در کلاس،

در مورد آن به بحث و تبادل نظر بپردازند.

۲- آیا برای نمونه، نشانه‌هایی را سراغ دارید که رنگ‌های سنتی و بومی در آن‌ها به کار گرفته شده باشد؟ در صورت پیدا

کردن چنین نمونه‌هایی برای بحث پیرامون آن، آن‌ها را به کلاس درس آورده و نشانه‌ها را به لحاظ کاربرد رنگ‌های سنتی مورد

ارزیابی قرار دهید.



شکل ۵۷-۱

فروشگاه حیوانات خانگی: در این نشانه طراح از رنگ سبز، صورتی و بنفش به‌خوبی سود جسته است و با استفاده از رنگ سبز و فضای منفی سفید تصویر پرندۀ توانسته است اهمیت حمایت از این حیوانات را به‌خوبی القا کند.

در خاتمه این که از هنرجویان خود بخواهید تا سؤالات زیر را به دقت مطالعه و به آن‌ها پاسخ گویند.

### پرسش

- ۱- کدام واژه یا کلمه‌ی فارسی را معادل «آرم» می‌دانید؟
- ۲- نشانه‌ها از نظر موضوعی به چند دسته تقسیم می‌شوند؟
- ۳- نشانه‌ها از نظر عناصر تشکیل دهنده و شکل ظاهری به چند گروه تقسیم می‌شوند؟
- ۴- شکل ظاهری نمادها، اغلب در چه قالب‌هایی گنجانده می‌شوند؟
- ۵- نشانه‌های تصویری به چند گروه تقسیم می‌شوند؟
- ۶- نشانه‌های نوشتاری به چند گروه تقسیم می‌شوند؟
- ۷- ویژگی‌های اصلی یک نشانه چیست؟
- ۸- در طراحی نشانه چه نکته‌هایی را باید مورد توجه قرار داد؟
- ۹- با توجه به حضور گسترده‌ی رایانه، وضعیت ترسیم و طراحی نشانه‌ها چگونه است؟
- ۱۰- رنگ در طراحی نشانه‌ها چه نقشی دارد؟