





عنوان  
تحلیل نشانه‌شناختی تایپوگرافی فارسی

نگارش  
هدی دمیرچیلو

استاد راهنما  
دکتر فرزانه سجودی

استاد مشاور  
دکتر نیما ورامینی

پایان‌نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد  
در  
رشته پژوهش هنر

بهمن ۱۳۸۹

پژوهش حاضر به موضوع تحلیل نشانه‌شناختی تایپوگرافی فارسی می‌پردازد. تایپوگرافی، موضوعی دو وجهی است؛ یکی وجه زبانی و دیگری وجه بصری. وجه بصری آن را به حیطه‌ی هنرهای تصویری و وجه زبانی آن را به علوم حوزه‌ی زبان‌شناسی مربوط می‌سازد. این قابلیت باعث شد تا روشی میان‌رشته‌ای برای پژوهش انتخاب شود که ترکیبی از طراحی گرافیک و نشانه‌شناسی است. نشانه‌شناسی در این پژوهش حکم روش را دارد و توسط آن نحوه‌ی عملکرد معنا در تایپوگرافی بررسی می‌شود.

در راستای شناخت مفهوم تایپوگرافی به ارائه‌ی تعاریفی در مورد پیشینه و پیدایش خط به مفهوم کلی، همچنین خطوط موجود در ایران قبل و بعد از اسلام پرداخته شده است. همین‌طور از آنجا که ظهور تایپوگرافی فارسی مقارن با ورود صنعت چاپ به ایران است، وابستگی‌های این دو حوزه با یکدیگر شرح داده شده است. سپس مفهوم تایپوگرافی فارسی بسط داده شده و همچنین نکات فنی، اصطلاحات تخصصی و قابلیت‌های آن در تولید معنا توصیف شده و آن دسته از مفاهیم نشانه‌شناسی که در این پژوهش کاربرد دارند تبیین شده و در انتها به تحلیل نمونه‌هایی از آثار تایپوگرافیکی پرداخته شده است.

در پی پاسخ به این پرسش که نوشتار چگونه در روند شکل‌گیری خود ویژگی‌های زبانی را با به کارگیری عناصر بصری بازنمایی می‌کند، قلمروهای دلالتی هر یک از نمونه‌ها در سطوح زبانی، پیرازبانی و غیرزبانی تحلیل شده است و نشان داده شده که تایپوگرافی قادر است در طی فرآیند بیان زبانی با استفاده از امکانات بصری به نمود دیداری آن مفهوم زبانی که آن را در قالب نوشتار بیان می‌کند نزدیک شود و از این تعریف که نوشتار تنها بازتاب زبان گفتاری در قالب رسانه‌ای دیگر است جدا شود.

**واژگان کلیدی:** تایپوگرافی فارسی، نوشتارنگاری، نشانه‌شناسی نوشتار، دلالت پیرازبانی، دلالت غیرزبانی

## فهرست مطالب

### فصل اول: کلیات پژوهش ..... ۱-۹

۱-۱) تعریف مساله و پرسش های اصلی پژوهش ..... ۲

۱-۲) فرضیه پژوهش ..... ۴

۱-۳) ضرورت و اهداف پژوهش ..... ۴

۱-۴) روش پژوهش ..... ۵

۱-۵) پیشینه پژوهش ..... ۵

### فصل دوم: تاپوگرافی ..... ۱۰-۳۶

۲-۱) پیشگفتار ..... ۱۱

۲-۲) مقدمه ..... ۱۱

۲-۳) تاریخ خط در جهان ..... ۱۲

۱-۲-۳) گونه های خط ..... ۱۲

۲-۲-۳) پیدایش خط ..... ۱۴

۲-۴) خط در ایران پیش از اسلام ..... ۱۶

۲-۵) خط در ایران بعد از اسلام ..... ۱۷

۲-۶) تاریخچه چاپ در ایران ..... ۲۱

۲-۷) تاپوگرافی چیست؟ ..... ۲۶

۲-۸) کارکردهای معنایی تاپوگرافی ..... ۳۱

### فصل سوم: چارچوب نظری پژوهش ..... ۳۷-۶۸

۳-۱) مقدمه ..... ۳۸

۳-۲) سنت های نشانه شناسی ..... ۳۸

۳-۳) نشانه ..... ۴۰

۳-۴) محورهای همنشینی و جانشینی ..... ۴۸

۳-۵) روابط مکانی ..... ۵۰

- ۳-۶) استعاره، مجاز مرسل، مجاز جز به کل ..... ۵۱
- ۳-۷) دلالت صریح و دلالت ضمنی ..... ۵۴
- ۳-۸) نشاننداری ..... ۵۶
- ۳-۹) رمزگان ..... ۵۷
- ۳-۱۰) متن ..... ۵۸
- ۳-۱۱) بررسی دیدگاه زبانشناسی در مورد رابطه‌ی گفتار و نوشتار ..... ۶۰
- ۳-۱۲) تایپوگرافی از منظر نشانه‌شناسی ..... ۶۴

#### فصل چهارم: بررسی موردی ..... ۶۹-۹۹

- ۴-۱) پیشگفتار ..... ۷۰
- ۴-۲) بررسی سطوح دلالت در جلد کتاب حرف‌های تجربه ..... ۷۲
- ۴-۳) بررسی سطوح دلالت در پوستر ارکستر سمفونیک تهران ..... ۷۵
- ۴-۴) بررسی سطوح دلالت در پوستر اولین دوسالانه‌ی بین‌المللی عکس جهان اسلام ..... ۷۷
- ۴-۵) بررسی سطوح دلالت در نشانه نوشته برنامه تلویزیونی «سی نما ۱» ..... ۷۹
- ۴-۶) بررسی سطوح دلالت در آگهی تلویزیونی حشره‌کش تارومار ..... ۸۱
- ۴-۷) بررسی سطوح دلالت در مجموعه آثار طراحی شده برای کودکان ..... ۸۴
- ۴-۸) بررسی سطوح دلالت در آثار دینی و مذهبی ..... ۸۸
- ۴-۹) بررسی سطوح دلالت در طراحی روی لباس ..... ۹۲
- ۴-۱۰) بررسی سطوح دلالت در طراحی تایپ‌فیس فارسی برای برندهای غیرایرانی ..... ۹۴
- ۴-۱۱) بررسی سطوح دلالت در پوستر نمایشگاه تایپوگرافی ضرب‌المثل‌های ایرانی ..... ۹۸

#### فصل پنجم: نتیجه‌گیری ..... ۱۰۰-۱۰۴

- فهرست منابع فارسی ..... ۱۰۵
- فهرست منابع انگلیسی ..... ۱۰۶

## فهرست جداول

- ۳۵..... (۲-۱) ویژگی‌های ساختاری تایپ‌فیس‌ها
- ۶۷..... (۳-۱) سطوح دلالت در گفتار و نوشتار
- ۸۵..... (۴-۱) تایپ‌فیس‌های غالب در آثار کودکان
- ۸۹..... (۴-۲) تایپ‌فیس‌های غالب در آثار دینی و مذهبی

## فهرست اشکال

- ۳۳..... (۲-۱) معنای متعارف تایپوگرافی - رمزگشایی
- ۳۳..... (۲-۲) معنای غیرمتعارف تایپوگرافی - تفسیر
- ۶۷..... (۳-۱) سطوح دلالت در گفتار و نوشتار
- ۷۲..... (۴-۱) جلد کتاب حرف‌های تجربه
- ۷۵..... (۴-۲) پوستر ارکسترسمفونیک تهران
- ۷۷..... (۴-۳) پوستر اولین دوسالانه بین‌المللی عکس جهان اسلام
- ۷۹..... (۴-۴) نشانه‌نوشته برنامه تلویزیونی «سی نما ۱»
- ۸۳..... (۴-۵) آگهی تلویزیونی حشره‌کش تارومار
- ۸۶..... (۴-۶) جلد کتاب ترانه‌های بابایی
- ۸۶..... (۴-۷) جلد کتاب یه عالمه شیرینی
- ۸۶..... (۴-۸) جلد کتاب خاله ریزه و قاشق سحرآمیز
- ۸۶..... (۴-۹) جلد کتاب رفتن به دندانپزشکی
- ۸۶..... (۴-۱۰) جلد کتاب خانواده‌ی آقای چرخشی
- ۸۶..... (۴-۱۱) جلد کتاب کودکان را درک کن
- ۸۷..... (۴-۱۲) جلد کتاب یک بز و دو نیم بز آدم کوچولو
- ۸۷..... (۴-۱۳) جلد کتاب بندرختی که برای خودش قلب داشت
- ۸۷..... (۴-۱۴) جلد کتاب آزادی زیباست
- ۸۷..... (۴-۱۵) جلد کتاب در خانه‌ی ما
- ۸۷..... (۴-۱۶) جلد کتاب گوسفندی که عصبانی بود، خیلی عصبانی
- ۸۷..... (۴-۱۷) جلد کتاب کنار دریاچه نیمکت هفتم
- ۹۰..... (۴-۱۸) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی عاشورا
- ۹۰..... (۴-۱۹) جلد کتاب مظهر حق
- ۹۰..... (۴-۲۰) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی عاشورا
- ۹۰..... (۴-۲۱) پوستر نمایشگاه حروف‌نگاری اسماء‌الحسنی
- ۹۰..... (۴-۲۲) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی عاشورا

- ۹۰..... (۴-۲۳) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی عاشورا
- ۹۱..... (۴-۲۴) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی عاشورا
- ۹۱..... (۴-۲۵) جلد کتاب اندیشه‌ی انتظار.....
- ۹۱..... (۴-۲۶) جلد کتاب گزیده‌ی فرهنگ قرآن .....
- ۹۱..... (۴-۲۷) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی عاشورا .....
- ۹۱..... (۴-۲۸) جلد کتاب موسیقی عاشورا .....
- ۹۱..... (۴-۲۹) جلد کتاب تفسیر فلسفی قرآن .....
- ۹۳..... (۴-۳۰) طراحی لباس .....
- ۹۳..... (۴-۳۱) طراحی لباس .....
- ۹۳..... (۴-۳۲) طراحی لباس .....
- ۹۳..... (۴-۳۳) طراحی لباس .....
- ۹۳..... (۴-۳۴) طراحی لباس .....
- ۹۳..... (۴-۳۵) طراحی لباس .....
- ۹۶..... (۴-۳۶) آگهی تبلیغاتی سواج .....
- ۹۶..... (۴-۳۷) بیلبرد تبلیغاتی ساعت کاور.....
- ۹۶..... (۴-۳۸) آگهی تبلیغاتی تلفن همراه نوکیا .....
- ۹۶..... (۴-۳۹) بیلبرد تبلیغاتی ساعت هامیلتون .....
- ۹۶..... (۴-۴۰) بیلبرد تبلیغاتی هواپیمایی ایرآسیا .....
- ۹۶..... (۴-۴۱) آگهی تبلیغاتی محصولات بهداشتی ایروشه .....
- ۹۷..... (۴-۴۲) آگهی تبلیغاتی عطر الین .....
- ۹۷..... (۴-۴۳) آگهی تبلیغاتی محصولات آرایشی لورآل .....
- ۹۷..... (۴-۴۴) آگهی تبلیغاتی لوازم خانگی دسینی .....
- ۹۷..... (۴-۴۵) آگهی تبلیغاتی محصولات بهداشتی هیدرودرم .....
- ۹۷..... (۴-۴۶) آگهی تبلیغاتی لوازم آشپزخانه دالتون .....
- ۹۷..... (۴-۴۷) آگهی تبلیغاتی لوازم خانگی تفال .....
- ۹۸..... (۴-۴۸) پوستر نمایشگاه تایپوگرافی ضرب‌المثل‌های ایرانی .....



# فصل اول: کلیات

## ۱-۱) تعریف مساله و پرسش های اصلی پژوهش

هر کجا طراحی گرافیک با متنی که به صورت مکانیکی یا الکترونیکی تولید شده، همراه باشد، خواه ناخواه با تایپوگرافی سروکار داریم. تایپوگرافی همیشه با زبان، کلمات و مفاهیم مشترک بین مردم یک جامعه سروکار دارد.

تایپوگرافی، فن و هنر طراحی نوشته، پرداخت حروف و ساماندهی نوشته است. حروف به وسیله روش های گوناگون تصویرگری ساخته و پرداخته می شوند. ساماندهی نوشته عبارت است از انتخاب قلم، اندازه قلم، طول خط، فاصله بین خطوط و حروف. تایپوگرافی به وسیله حروفچین ها، طراحان گرافیک و مدیران هنری انجام می گیرد. تا پیش از عصر دیجیتال، تایپوگرافی پیشه ای تخصصی بود. دیجیتالی شدن، تایپوگرافی را برای نسل جدید طراحان و صفحه آرایان امکان پذیر کرد.

تایپوگرافی (نوشته نگاری) مرکب است از کلمه یونانی تایپ<sup>۱</sup> به معنای اثر گذاشتن، ضرب کردن و چیزی که بوسیله ی آن چیزی منقوش می شود و گرافیا<sup>۲</sup> به معنای نوشتن.

تایپوگرافی با حروف قابل تکثیر از قرن ۱۱م. در چین آغاز شد. در قرن ۱۳م. در کره از حروف قابل تکثیر فلزی استفاده می شده است و در میانه قرن ۱۵م. با گسترش فنون ریخته گری و ساخت باسمه های کوچک حروف در تعداد بسیار زیاد که برای چاپ نسخه های متعدد متون قابل استفاده باشد، در اروپا توسعه یافت. امروزه، حوزه ی عمل و آموزش تایپوگرافی بسیار گسترده است. تمام جنبه های طراحی حروف و کاربرد نوشته از جمله حروفچینی و طراحی قلم، دست نوشته و خوشنویسی، دیوارنوشته، کتیبه و نقش برجسته در معماری، طراحی پوستر و سایر کاربری های نوشته در مقیاس بزرگ مانند تابلوهای راهنما و بیلبوردها، ارتباطات تجاری، تبلیغات، نشانه نوشته ها، طراحی برای پوشاک، طراحی بدنه ی وسایل نقلیه، تایپوگرافی پویا برای تصاویر متحرک و تلویزیون و به عنوان بخشی از طراحی صنعتی مانند نوشته های روی بدنه لوازم خانگی، قلم ها و ساعت های مچی را شامل می شود.

بعد از دیجیتالی شدن، بازه کاربری های تایپوگرافی بسیار متنوع شده و در صفحات وب، صفحه نمایش تلفن همراه و بازی های رایانه ای نمودار شده است.

در تایپوگرافی سنتی، متون به گونه ای تنظیم می شوند تا بدون جلب توجه خوانندگان به چیزی خارج از

متن، مجموعه‌ای خوانا و منسجم را تشکیل دهند و هرگونه عمل نو و خلاف عادت هم با هدف ایجاد وضوح و شفافیت صورت می‌گیرد.

‘خوانش’ و ‘خوانایی’ دو مفهوم پیچیده‌اند. ‘خوانش’ عموماً برای توضیح سهولت خواندن و فهم زبان نوشتاری کاربرد دارد (این به دشواری‌های خود زبان بستگی دارد، نه شکل ظاهری متن). این موضوع بیشتر از آن که به مبحث تایپوگرافی مرتبط باشد، در حوزه‌ی روانشناسی جای بحث دارد. عواملی که بر خوانش تاثیر دارند عبارتند از طول کلمات و جمله‌ها و فراوانی کلمات نامتداول.

در مقابل، ‘خوانایی’ چگونه سهل و آسان خوانده‌شدن یک متن را توضیح می‌دهد. این ربطی به مضمون یا زبان متن ندارد و با اندازه و ظاهر متن چاپ‌شده یا نمایش داده‌شده مرتبط است. خوانایی معمولاً با سرعت خواندن، درعین فهم متن، سنجیده می‌شود.

تایپوگرافی غالباً و عمدتاً در جایی که نگرانی کمتری از بابت خوانایی و ظرفیت بیشتری برای استفاده‌ی هنرمندانه از نوشتار وجود دارد، عنصری نیرومند در طراحی گرافیک است.

"حروف را در نوشتار به شکل‌های بسیاری می‌توان یافت. تایپوگرافی امکانات نوشتن حروف را می‌آزماید. از این رو نوشتار بسیار متنوع است و نشانه‌های نوشتاری، دال‌های بسیار زیادی می‌یابند. صدها شیوه‌ی نگاشتن هر حرف، راه را بر گوناگونی نشانه‌ها چنان باز می‌کند که می‌توان گفت به تعداد افراد باسواد شیوه‌ی نوشتن برای هر حرف وجود دارد. حروف نشانه‌هایی هستند که هم به نظام‌های نشانه‌ای زبانشناسی مربوط‌اند و هم به نظام نشانه‌های تصویری". (احمدی، ۱۳۸۵: ۱۵۱)

"نوشتار تنها بازتاب زبان گفتاری در قالبی دیگر نیست بلکه قلمروهای دلالتی افزوده‌ای در سطح پیرا‌زبانی و غیرزبانی دارد که ناشی از کیفیات دیداری نوشتار است". (سجودی، ۱۳۸۸: ۲۸۳)

بیان در زبان یا شکل صوت به خود می‌گیرد یا نوشتار و بنابراین نوشتار نوعی از بیان در زبان است. حال مساله این است که تایپوگرافی چگونه می‌تواند ویژگی‌های موضوع مورد طراحی خود را بازنمایی کند؟ آیا هیچ ارتباطی بین سطوح دلالت غیرزبانی شمایل‌نگارانه و سطح دلالت‌های زبانی وجود دارد و نوشتار همه‌ی ویژگی‌های گفتار را در خود دارد؟

به عنوان مثال گروهی از ویژگی‌های زبان گفتاری مانند ریتم، آهنگ صدا، میزان بلندی صدا، کیفیت صدا،

مکتب و همچنین ویژگی‌های فردی یک شخص بخصوص هیچ متناظری در نوشتار ندارد و آنچه بدیهی به نظر می‌رسد این است که نوشتار جنبه‌هایی از گفتار را از دست می‌دهد یا توانایی بیان‌شان را ندارد. مساله‌ای که مورد نظر است این است که تایپوگرافی چگونه می‌تواند در روند شکل‌گیری خود ویژگی‌های زبانی را با به‌کارگیری شکل، رنگ، فرم، اندازه و علائم سجاوندی بازنمایی کند و تا چه حد شکل نوشته به موضوع آن ارتباط پیدا می‌کند؟ و همچنین مساله‌ی دیگر این است که تایپوگرافی چه قلمروهای دلالتی غیرزبانی تازه‌ای را در جهت کمک به بسط آن متنیت ایجاد می‌کند؟

### ۲-۱) فرضیه پژوهش

وجوه تصویری نوشتار، کارکردهای دلالتی در سطوح زبانی، پیرازبانی و غیرزبانی دارند و به بسط متنیت کمک می‌کنند.

### ۳-۱) ضرورت و اهداف پژوهش

هدف از انجام این پژوهش صرف نظر از علاقه‌ی شخصی به این موضوع، تلاش در جهت برداشتن گام‌های اولیه برای شروع انجام چنین پژوهش‌هایی در این عرصه است. گرافیک ایران در سال‌های اخیر به لحاظ عملی و خلق آثار پیشرفت خوبی داشته است و در عرصه‌ی بین‌المللی حضوری پررنگ یافته است، اما همواره جای توصیف و تحلیل در این حوزه خالی بوده است و تعداد کتب و مقالاتی که در این زمینه وجود دارند معدود و انگشت‌شمار است. امید است انجام چنین پژوهشی در این حوزه بتواند راه را برای دیگران جذاب‌تر و هموارتر نماید.

زبان‌شناسی و خصوصاً زبان‌شناسی ساختگرا همواره بر برتری و اولویت شکل شنیداری زبان (گفتار) نسبت به نمود بصری آن (نوشتار) تاکید داشته است و تعداد پژوهش‌های انجام شده در این زمینه بسیار اندک می‌باشد، در صورتی که در دنیای امروز ماده‌ی بیان بسیار بیشتر از آنکه گفتاری و شفاهی باشد، صورت مکتوب و نوشتاری دارد؛ در عصر دیجیتال و ارتباطات دیگر انتقال اطلاعات تنها وظیفه‌ی اصلی نوشتار نیست، بلکه همواره باید این نقل و انتقال به شکلی صورت گیرد که مخاطب را در فهم و درک پیام

همراهی کند. از این رو اولین قدم در راه رسیدن به این مهم (همراهی مخاطب در درک معانی نوشتاری از طریق نمود بصری حروف) شناخت ظرفیت‌های معنایی تایپوگرافی است تا از طریق این شناخت بتوان به روش‌های خلق معناهای متفاوت دسترسی پیدا کرد.

پرداختن به مبحث تایپوگرافی در ایران به دلیل ظهور آثار خلاقه‌ی بیشمار در این عرصه، وجود رویکردهای متفاوت و توانمندی‌ها و محدودیت‌های آن ارزشمند است.

#### ۴-۱) روش پژوهش

این تحقیق از نوع تحلیلی - توصیفی است و جمع‌آوری اطلاعات آن به روش اسنادی (کتابخانه‌ای) است.

آنچه باعث جذابیت تایپوگرافی می‌شود این است که نوشتار موجودیتی دووجهی است. یکی وجه زبانی و دیگری وجه بصری. وجه بصری نوشتار آن را به حیطه‌ی هنرهای تصویری و وجه زبانی آن را به زبان‌شناسی مرتبط می‌کند. این ویژگی باعث شد تا روشی میان‌رشته‌ای را برای پژوهش برگزینم که ترکیبی از طراحی گرافیک و نشانه‌شناسی است. نشانه‌شناسی حکم روش را داشته و کمک می‌کند تا توسط آن نحوه‌ی عملکرد معنا در نظام تایپوگرافی را بررسی کنیم. طراحی گرافیک نیز کمک می‌کند تا ساختار و نمود تصویری نوشتار به کمک آن بررسی شود.

#### ۵-۱) پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌هایی که تاکنون در حوزه‌ی تایپوگرافی تالیف و ترجمه شده‌اند غالباً به ارائه تعاریف، تاریخچه، روش‌های طراحی و اجرا و کاربردهای متفاوت تایپوگرافی پرداخته‌اند. در این میان پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان بررسی نشانه‌شناختی وابستگی‌های فرم و محتوا در نوشتارنگاری (تایپوگرافی) فارسی که در سال ۱۳۸۸ در دانشگاه نبی‌اکرم (ص) تبریز به راهنمایی عبدالرضا چارئی ارائه شده است، تایپوگرافی را از منظر نشانه‌شناسی تحلیل و بررسی نموده است. فصول متفاوت این پایان‌نامه به شرح زیر هستند:

فصل اول (تبارشناسی نوشتار فارسی): این فصل به بررسی پیشینه‌ی نوشتار فارسی، ارتباط آن با خط عربی و دین اسلام، خدمات ایرانیان و تحولات و تغییراتی که به واسطه‌ی آمیختگی با زبان فارسی داشته است، می‌پردازد.

فصل دوم (معناشناسی نوشتارنگاری): این فصل تنوعات موجود میان تعاریف متفاوت از تایپوگرافی را بررسی می‌کند و سعی در ارائه‌ی مفهومی صحیح از واژه‌ی تایپوگرافی دارد و همچنین نقش و جایگاه تایپوگرافی را در گرافیک و ارتباطات بصری مشخص می‌کند.

فصل سوم (ساختارشناسی نوشتارنگاری فارسی): این فصل به سه بخش اصلی تقسیم شده است که شامل ۱. چینش حروف ۲. طراحی حروف ۳. ایجاد تغییر بر روی شکل حروف (برخورد تصویری با حروف) می‌باشد. در هر بخش متغیرها و عناصر شکل‌دهنده‌ی تایپوگرافی در هر حوزه بررسی شده است. بسیاری از این متغیرها در تایپوگرافی فارسی وجود ندارند که پژوهشگر با پیروی از قواعد و منابع تایپوگرافی لاتین و تغییر و تعمیم آن به تایپوگرافی فارسی آن را مطرح نموده است.

فصل چهارم (روش‌شناسی نشانه‌شناسی): طی این فصل نشانه‌شناسی به عنوان روشی برای تحلیل متن‌های تصویری معرفی می‌شود. پژوهشگر نگرش نشانه‌شناختی فرزانه سجودی با نام نشانه‌شناسی لایه‌ای را مناسبترین نگرش برای تحلیل آثار نوشتاری معرفی نموده و پیرو این گزینش، آن را تا حد امکان در این فصل معرفی می‌نماید.

فصل پنجم (بررسی موردی وابستگی‌های فرم و محتوا در تایپوگرافی فارسی): این فصل به تحلیل چهار پوسته که در آنها تایپوگرافی نقش اصلی را در انتقال معنا ایفا می‌کند می‌پردازد. پژوهشگر در این چهار تحلیل با توجه به روش نشانه‌شناسی لایه‌ای هر نشانه را به نسبت عوامل متن بررسی کرده و ارتباط لایه‌های متنی را آشکار نموده است.

به غیر از این پژوهش تعداد دیگری از پایان‌نامه‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد نیز موجود هستند که به بررسی رابطه‌ی میان حروف و معنا و بررسی قابلیت‌های تصویری حروف پرداخته‌اند که شرح مختصری از هر یک از آنها آورده خواهد شد:

۱. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان بررسی قابلیت‌های تصویری خط فارسی

(با نگاهی به کتیبه‌ها) که در سال ۱۳۷۷ در دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی ابوتراب احمدپناه ارائه شده است، در چکیده‌ی آن می‌خوانیم: "شناخت قابلیت‌های تصویری خط در ایران، همراه با توجه به اصول گرافیک، راهکارهای جالبی به طراحان می‌دهد. در همین راستا، رساله‌ی حاضر بر آنست تا با بررسی ارزش‌های تصویری خط در ایران، ویژگی‌های تصویری آن را بشناسد. لذا این ویژگی‌ها را در سه بخش ذیل مورد مطالعه قرار داده است: ۱. خط در ایران باستان ۲. خط در دوران اسلامی و نمودهای بصری آن ۳. خط در تکنولوژی چاپ و روابط تصویری حروف چاپی در گرافیک. مطالعه بخش نخست نشان می‌دهد که وسعت و تکامل دانش امروز، نتیجه دانش دوره‌های گذشته است و اصالت و استحکام هر خطی را گذشته و سیر تکامل آن تضمین می‌کند. بخش دوم به پیدایش، شکل‌گیری و کاربرد خطوط اسلامی پرداخته است. بخش سوم به چگونگی حروف و حروفچینی و اصول و مبانی آن در تکنولوژی چاپ و بالاخره به بحث روابط تصویری حروف چاپی با تایپوگرافی پرداخته است. لذا روابط تصویری در حروف یا طراحی با حروف یا تایپوگرافی که هنوز معادل واحد، کامل و صریحی در زبان فارسی برای آن نمی‌توان یافت، خود در دو بخش عناصر طراحی در تایپوگرافی و قواعد طراحی در تایپوگرافی، مورد بحث قرار گرفته است. لازم به ذکر است که این تنوع موضوعی کارآیی خط فارسی را در عرصه‌های گوناگون گرافیک به نمایش می‌گذارد. نهایتاً پژوهش حاضر به ذکر ویژگی‌ها و محدودیت‌های خط فارسی و سپس نتیجه‌گیری از آن پرداخته است."

۲. پایان‌نامه‌ی کارشناسی رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان رابطه‌ی حروف و معنا (با نگاهی به آثار تایپوگرافی معاصر) که در سال ۱۳۸۵ در دانشگاه تهران به راهنمایی رضا عابدینی ارائه شده است، در چکیده‌ی آن می‌خوانیم: "در این متن کوشیده شده است تا ارتباط میان معنا و حروف نزد انسان روشن شود. در فصل اول، توضیح مختصر برخی مفاهیم کلیدی متن آورده شده است که در فصول بعدی گشوده‌تر خواهند گردید. در فصل دوم، به معنا و حقیقت نزد انسان پرداخته و بنا به ایده کلی متن بررسی خواهند شد. در فصل سوم، حروف نزد انسان خاصه در مواردی که به عقاید و باورهای آدمی مربوط می‌شوند شرح داده می‌شود و در فصل چهارم، به ارتباط میان طراحی گرافیک و حروف به ویژه تایپوگرافی پرداخته می‌شود. در فصل پنجم، ضمن توضیح ایده و انگیزه‌ی کلی، به نوعی جمع‌بندی صورت گرفته و

بحث در کل به سرانجام می‌رسد".

۳. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان رابطه مفاهیم نوشتاری و گفتاری با ویژگی عناصر تصویری در پیام‌های تبلیغاتی که در سال ۱۳۷۵ در دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جواد پویان ارائه شده است، در چکیده‌ی آن می‌خوانیم: "اساس این تحقیق چنین می‌گوید که: آیا اصولاً بین عناصر نوشتار و گفتار و عنصر تصویر در پیام‌های تبلیغی، رابطه‌ای می‌توان قایل شد؟ در صورت ربط، خصوصیت آن چگونه است؟ و همچنین، اهمیت هر یک از آنها در شکل‌دهی پیام تبلیغی چه میزان می‌باشد؟ عناصر نوشتار و گفتار و تصویر به عنوان اجزای یک پیام نمی‌توانند مرتبط با یکدیگر نباشند. اما مسئله مهم خصوصیت این رابطه و جایگاه هر یک از آنها می‌باشد که برای پاسخ به آن، عناصر نوشتار و گفتار و تصویر بطور جداگانه مورد بررسی قرار گرفته و مشخص می‌گردد که به دلیل خصوصیت بیانی هر یک از آنها، در ترکیبشان یا رابطه‌ای مستقیم در جهت هدف پیام وجود دارد و یا به صورت غیرمستقیم مورد استفاده قرار می‌گیرند. در مورد اول منظور بیان مستقیمی از هدف پیام تبلیغی در قالب پیام نوشتاری و گفتاری و تصویری است که دارای مفهوم واضحی است، و در مورد بعدی، این رابطه به سه شکل وجود دارد که عبارتند از: نوشتار و یا گفتار، بیانی مستقیم و تصویر، بیانی غیرمستقیم از موضوع مورد تبلیغ را ارائه دهد. نوشتار و یا گفتار، بیانی غیرمستقیم و تصویر، بیانی مستقیم از موضوع مورد تبلیغ را ارائه دهد. نوشتار و یا گفتار، بیانی غیرمستقیم و تصویر نیز بیانی غیرمستقیم از موضوع مورد تبلیغ را ارائه دهد و اما نتیجه اینکه شکل ساختاری یک پیام تبلیغی می‌تواند دارای ویژگی‌های گوناگونی باشد که هر یک در جای خود کاربردهای متفاوتی دارد. مخصوصاً در بخش‌های مربوط به پیام‌های نوشتاری این ویژگی می‌تواند هم به لحاظ کیفیت تصویری آن و هم به لحاظ محتوایی مورد توجه قرار گیرد. به همین خاطر در این بررسی توجه بیشتری به مسئله پیام نوشتاری صورت پذیرفته است".

۴. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان تایپوگرافی که در سال ۱۳۸۲ در دانشگاه الزهرا به راهنمایی میترا معنوی‌راد ارائه شده است، در چکیده‌ی آن می‌خوانیم: "تایپوگرافی چالشی میان آداب و روش‌های هنر و همسانی و هماهنگی بیشتر در رسانه‌ی الفبا می‌باشد که ما در پیرامونمان ملاحظه می‌کنیم، همچون خوشنویسی آزادانه خطاطی حروف، متن و تزئین آن با آرایه‌های تزئینی و فرم‌های سنتی.



در طراحی حروف الفبا شکلی انتزاعی و بصری به خود می‌گیرند و بدین ترتیب متن به صورت الگویی پر از پویایی و احساس، در وضعیت جدید خود دیده می‌شود. با توجه به این مطلب، تایپوگرافی از حروف به عنوان نشانه‌ها و شکل‌های قابل انعطاف استفاده می‌کند و نیاز به نمادین شدن حروف را انکار نمی‌نماید. ضمن اینکه در طی انجام این امر، احساس درونی طراح و عقل و تفکر او را نیز با هم ادغام می‌کند".

۵. پایان‌نامه‌ی کارشناسی رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان ماهیت بصری حروف در آثار گرافیک که در سال ۱۳۸۲ در دانشگاه تهران به راهنمایی صداقت جباری ارائه شده است.

۶. پایان‌نامه‌ی کارشناسی رشته‌ی ارتباط تصویری با عنوان بررسی تاریخچه تایپوگرافی در گرافیک ایران که در سال ۱۳۸۳ در دانشگاه تهران به راهنمایی رضا عابدینی ارائه شده است.

## فصل دوم: تاپوگرافی

## ۲-۱) پیشگفتار

مفهوم معناهایی که از طریق تایپوگرافی ارائه می‌شوند به حدی وسیع است که می‌توان پیشینه‌ی آن را به نقاشی‌های صخره‌ای، خطوط اولیه، الفبا، دست‌نوشته‌ها و کاملترین شکل آن‌ها پیش از اختراع صنعت چاپ که خوشنویسی است، رساند. دلیل بررسی تاریخی ارائه شده در این پژوهش همین مساله می‌باشد. تمام این موارد (نقاشی‌های صخره‌ای، خطوط تصویری اولیه، الفبا، دست‌نوشته‌ها، خوشنویسی و تایپوگرافی) نمودهای بصری نوشتار هستند، دال‌هایی هستند برای دلالت به معناهای مورد نظر. پس می‌توان گفت تایپوگرافی از روح خوشنویسی متولد شده است و خوشنویسی حد اعلای دست‌نوشته‌های ابتدایی است که در دست هنرمندان و در طول اعصار تکامل یافته است.

بررسی روند تاریخی این مسیر بسیار گسترده است؛ از آن جا که مطالب ارائه شده در تعداد بی‌شماری از کتاب‌ها و پژوهش‌ها، همواره شامل اطلاعات جدیدی است و هنوز خطوطی وجود دارند که رمزگشایی و خوانده نشده‌اند. لذا از آن جا که ذکر روند تاریخی این مهم در حد این پژوهش نیست و تمرکز را از مساله‌ی اصلی که همان تایپوگرافی فارسی است دور می‌کند، در ابتدا به بررسی مفهوم کلی نوشته و پیدایش خط می‌پردازم، سپس انواع خطوط اندیشه‌نگار و آوانگار را تا اختراع الفبا بررسی خواهم کرد، سپس خطوط موجود در ایران پیش از اسلام را بر خواهم شمرد و پس از آن به ذکر خطوط موجود در ایران بعد از اسلام می‌پردازم و در نهایت تحولات و تاریخچه‌ی صنعت چاپ در ایران را بررسی خواهم کرد. از آن جایی که تایپوگرافی قدمتی دارد مساوی با اختراع چاپ و پیشرفت آن همزمان با ورود کامپیوتر است به ارائه‌ی تعاریفی از تایپوگرافی و وابستگی‌های آن با این دو حوزه (چاپ و کامپیوتر) خواهم پرداخت.

## ۲-۲) مقدمه

از دیدگاه زبان‌شناسی، نوشتار به طور عمده وسیله‌ای برای تولید دوباره‌ی زبان با استفاده از نمادهای بصری است. با در نظر گرفتن این هدف پیشرفته‌ترین شکل نوشتار الفبا خواهد بود چرا که زبان را با بیشترین حد دقت و اقتصادی‌ترین شیوه بازتولید می‌کند. همواره نوشتار راهی برای ذخیره‌ی اطلاعات و در نهایت برقراری ارتباط بوده است، اما به نظر می‌رسد امروزه علاوه بر بررسی آن از منظر ذخیره‌سازی

اطلاعات، تکنولوژی و اشاعه‌ی دانش، بررسی نوشتار از دیدگاه‌های دیگری لازم و ضروری است. اکنون ذخیره‌سازی، حفظ و اشاعه‌ی اطلاعات به تدریج وابستگی خود را به فرآیند عملی نوشتار از دست می‌دهد و این رایانه‌ها هستند که با ضربه‌های مثبت و منفی، اطلاعات را در یک حافظه‌ی الکتریکی ثبت می‌کنند. روشی که روزگاری در عصر سنت‌های شفاهی به کار می‌رفت و از طریق آن اطلاعات در مغز انسان ذخیره می‌شد. با توجه به این رویکرد، نوشتار به طور کلی، نوعی ذخیره‌سازی اطلاعات است نه تنها گونه‌ی آن. سال‌ها پیش از پیدایش خط و حتی همزمان با آن، حافظه‌ی انسان وظیفه‌ی ذخیره‌سازی اطلاعات را بر عهده داشت و این مهم بر عهده‌ی فرهیختگان جامعه بود. ذخیره‌سازی اطلاعات به روش‌های نوین و سنتی تفاوت‌های بنیادینی با یکدیگر دارند که به طور عمده به انتقال و انتشار اطلاعات مربوط می‌شود. انتقال شفاهی اطلاعات مستلزم تماس شخصی و ممتد دو تن یا بیشتر است و محتاج مدت زمانی است تا انتقال‌دهنده مطمئن شود که اطلاع‌گیرنده، مطالب را به حافظه سپرده و می‌تواند به دیگری منتقل کند. متن نوشتاری در تمامی شرایط زمانی و مکانی، برای تمام افرادی که بتوانند آن را بخوانند، قابل استفاده خواهد بود. نقش حافظه در اینجا یادگیری قواعد ابتدایی و پیچیده‌ی خط مورد نظر است. علاوه بر این چون میزان داده‌هایی که حافظه‌ی انسان قادر به نگهداری آنهاست، محدود می‌باشد، ذخیره‌ی اطلاعات به صورت مکتوب این محدودیت را کنار می‌نهد و همین‌طور امکان تامل و بازنگری در مورد اطلاعات مکتوب همیشه وجود دارد و امکان فراگیری آنها برای تمامی دوران‌ها میسر خواهد بود. اهمیت نوشتار در سیر تحول جوامع انسانی به حدی است که به اعتبار بهره‌گیری یا عدم بهره‌گیری از خط، جوامع انسانی را به دو گروه دارای خط و فاقد خط تقسیم کرده‌اند. اساساً جوهره‌ی مادی نوشتار، نشانه‌های نوشتاری بوده و این نشانه‌ها دارای ویژگی دیداری هستند برخلاف گفتار که جوهره‌ی مادی آن آواهای زبانی بوده و از ویژگی شنیداری برخوردار است.

### ۲-۳) تاریخ خط در جهان

#### ۱-۲-۳) گونه‌های خط

فرآیند نوشتار از زمانی شکل می‌گیرد که ماده‌ای برای نوشته‌شدن وجود داشته باشد. به عبارت دیگر،