

دوفصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س)

زمینه انتشار: هنر

مقاله پژوهشی (صفحات ۳۳-۵۴)

[/https://arjgap.alzahra.ac.ir](https://arjgap.alzahra.ac.ir)

تایپوگرافی فارسی به مثابه رسانه بصری پیام‌رسان از منظر اصول گروه‌بندی ادراکی

چکیده

امروزه تایپوگرافی فارسی توسط طراحان گرافیک معاصر، فراتر از یک نوشتار خاص نمود پیدا کرده است. اینک تایپوگرافی در عصر حاضر، با بهره‌گیری از امکانات و شیوه‌های بی‌شمار نوشتن، در قالب روابط فرمی حروف و در شبکه‌ای از روابط نظام‌مند و هدفمند، چیدمان و ترکیب می‌شود تا در بسترهای ارتباطی-بصری، حامل پیام و معنایی خاص باشد. این خصوصیات آن را به یک رسانه بصری کاربردی بدل کرده است. بدین ترتیب هدف این پژوهش، شناسایی روابط بصری حروف و نوشتار در بستر ارتباطی‌ای همچون پوستر از منظر «اصول گروه‌بندی ادراکی» جهت دستیابی و کشف ویژگی‌های بصری و معنایی تایپوگرافی فارسی است. درواقع این اصول و رویکرد کل‌نگر (تجربه ادراکی از کل به جزء)، به چگونگی شکل‌گیری برخی از ویژگی‌های بصری و تصویری که منجر به گروه‌بندی بین عناصر و اجزاء می‌شود، اشاره دارد. سوال پژوهش حاضر این است که تایپوگرافی در پوستره‌های معاصر ایران، از منظر اصول گروه‌بندی ادراکی، دارای چه ویژگی‌هایی است؟ و ماحصل آن از نظر بصری و معنایی چگونه است؟ نگارنده برآن است تا به شیوه توصیفی و تحلیلی و به صورت کیفی با استفاده از ابزار مشاهده به مسئله پژوهش بپردازد و با روش و اصول گروه‌بندی ادراکی، این موضوع را بررسی و تبیین نماید. نمونه‌های آماری پژوهش، پوستره‌های تایپوگرافی معاصر ایران هستند؛ و ابزار سنجش نمونه‌ها شامل یازده اصل از اصول گروه‌بندی ادراکی است. نتایج اصلی تحقیق این است که اغلب طراحان جهت انتقال پیام، به دنبال گروه‌بندی ادراکی بزرگ و کامل هستند تا واحدهای ادراکی کوچک‌تر، در پرتو آن باشند؛ همچنین گروه‌بندی عناصر تایپوگرافی به‌منظور اولویت‌بندی دیداری و ایجاد نقطه توجه حائز اهمیت بوده است.

محسن افروزی

کارشناسی‌ارشد ارتباط تصویری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

mohsen_75ir@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲-۱۰-۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳-۰۷-۲۲

1-DOI: 10.22051/pgr.2024.46110.1237

کلیدواژه‌ها: تایپوگرافی فارسی، رسانه بصری، اصول گروه‌بندی ادراکی، سازماندهی بصری

مقدمه

فرهنگ هر منطقه یا جغرافیا، با ساختار و ویژگی‌های بصری گوناگونی ظاهر می‌شود؛ عمدتاً فارغ از زمینه قرارگیری^۱، در همه جای دنیا جهت اعتلای این حرفه و هنر، تلاش می‌شود تا ارزش‌های بصری آن بازشناسی شود. بدین ترتیب اهمیت این مسئله سبب شده تا پژوهش پیش‌رو موضوعیت پیدا کند.

هدف پژوهش حاضر، شناسایی روابط بصری حروف و نوشتار در بستر ارتباطی‌ای همچون پوستر از منظر «اصول گروه‌بندی ادراکی» جهت دستیابی و کشف ویژگی‌های بصری و معنایی تایپوگرافی فارسی است. درواقع این اصول و رویکرد کل‌نگر (تجربه ادراکی از کل به جزء)، به چگونگی شکل‌گیری برخی از ویژگی‌های بصری و تصویری که منجر به گروه‌بندی بین عناصر و اجزاء می‌شود، اشاره دارد. زمینه‌های شکل‌گیری و ظهور این اصول در اوایل قرن بیستم با مطالعات تجربی درباره ادراک حرکت توسط «ماکس ورتایمر»^۲ فراهم شد و در گذر زمان به واسطه روان‌شناسان و محققان دیگر توسعه یافت. به نوعی اصول گروه‌بندی ادراکی تحت نفوذ قانون پراگماتیک^۳ (کمال‌پذیری ماهیت وجود) است و این گروه‌بندی نشان می‌دهد که چگونه سیستم بصری ما، محرک‌های بصری را درک می‌کند. درواقع این طبقه‌بندی چندگانه، قوانین ادراک انسانی هستند که توصیف می‌کنند چگونه انسان‌ها عناصر مشابه را گروه‌بندی می‌کنند، الگوها را تشخیص می‌دهند و تصاویر پیچیده را هنگام درک اشیاء ساده می‌کنند.

بدین ترتیب پیرو اهداف پژوهش و اهمیت آن، در مورد ضرورت و اهمیت عنصر نوشتار در قالب تایپوگرافی و نمود رسانه‌ای آن که تبیین بصری گفتار است، نگارنده به دنبال روش‌شناسی صحیح و بنیادین در برخورد با «بیان بصری به وسیله تایپوگرافی» است. هدف این تحقیق آن است که طراحان گرافیک در حوزه بیان تایپوگرافیک، روش و اصولی اساسی را مبتنی بر دانش و نظریات جدید کسب کنند؛ همین‌طور بر مبنای «طرح سازمانی ادراکی» نگرش متمایزی را در عرصه هنرهای تجسمی تجربه کنند؛ چرا که فهم جهان پدیده‌ای ما براساس «طرح سازمانی ادراکی» صورت گرفته و به موجب آن، میدان بینایی ما به شکل سازمان‌یافته و منطقی از قوانین خاصی تبعیت می‌کند.

اینک سوال پژوهش این است که تایپوگرافی در پوستره‌های معاصر ایران، از منظر اصول گروه‌بندی ادراکی، دارای چه ویژگی‌هایی است؟ و ماحصل آن از نظر بصری و معنایی چگونه است؟ نگارنده برآن

از گذشته تا به امروز طی قرون و اعصار مختلف، در هنر و فرهنگ ما، صورت بصری خطوط و نویسه‌ها به شیوه و گونه‌های مختلفی تحول یافته و راه دشواری را پیموده تا به شکل و صورت کنونی درآمده است. به صورتی که از آنها تجربه‌های بصری متعدد و تکامل یافته‌ای در طول تاریخ، حاصل شده است. درواقع بشر از زمانی که قصد کرد آنچه را که می‌اندیشد و به آن فکر می‌کند، نقش کند، قدم به دنیای خط و نگارش نهاد که نقطه عطف آن، پیدایش «خط الفبایی» در بستر تاریخ بود. امروزه نقش‌آفرینی نوشتار در حوزه طراحی گرافیک^۴، مرهون پیدایش و توسعه خط^۵ و سپس خوشنویسی^۶ است. درواقع حروف فارسی به‌عنوان نشانه‌های دیداری، دارای شکلی از پیش تعیین شده و از پیش تعریف شده است که بر اساس نظام نوشتاری و الفبای فارسی تحول پیدا کرده و به‌وسیله تایپ یا حروف چاپی- قلم یا خطوط خوشنویسی، به یک ابزار بیانی در هنرهای تجسمی تبدیل شده است. با گذر از این تحولات، در مرحله‌ای از بیان‌هنری، با دخل و تصرف در فرم و بدنه حروف- همین‌طور نحوه نگارش و تحریر حروف- کلمات و عبارات به شکلی خاص نمود پیدا می‌کنند که تایپوگرافی^۷ نیز شکل می‌گیرد. ابتدا برای دستیابی به معنی و مفهوم درست از تایپوگرافی، باید تفاوت بین «طراحی حروف» با «طراحی با حروف» یا «تایپوگرافی» را تمیز داد. در واقع طراحی حروف^۸ (طرح حروف یا تایپ فیس)^۹ پیش‌نیاز یا کارمایه شکل‌گیری و ایجاد تایپوگرافی است. بنابراین، تایپوگرافی حاصل چینش، ترکیب و آرایش حروف و کلمات است که با برقراری روابط تصویری و تقویت ویژگی‌های بصری و سازماندهی حروف و کلمات برگرفته از انواع تایپ، دست‌نوشته و همچنین خوشنویسی و قلم‌های مختلف است. امروزه تایپوگرافی به حروفچینی صرف اکتفا نمی‌کند و سرانجام از جایگاه صرف زبانی خارج شده و با مجموعه رفتارها و طراحی‌هایی که با حروف انجام می‌شود، وجه تصویری می‌یابد.

تایپوگرافی نسبت به نوشتار عادی دارای خصوصیات متمایز و خاصی است؛ این خصوصیات و شاخصه‌های شکلی و بصری سبب شده تا به‌عنوان هنری نوپا در عرصه هنر مدرن بسط و توسعه یابد. اما امروزه تایپوگرافی با توجه به رسالت رسانه‌ای که داراست، ابعاد بیانی و کاربردی تازه‌ای پیدا نموده و به واسطه اهداف ارتباطی و بصری، نقشی مستقل در طراحی گرافیک، ایفا می‌کند. همین‌طور، بسته به زبان و

منظر ادراکی نسبت به تایپوگرافی، مسیر تازه‌ای را پیش‌روی آن‌ها قرار می‌دهد.

درواقع امروزه تایپوگرافی در دوران معاصر به رسانه‌ای نوشتاری-دیداری بدل شده که به‌طور مستقل و غیرمستقل (چندرسانه‌ای)، در نقش تصویر، برای برقراری ارتباط و پیام‌رسانی نقش‌آفرینی می‌کند. اینک برای دست‌یافتن به ارتباط بصری مطلوب، باید پیوندهای ارتباطی بین عناصر نوشتاری در تایپوگرافی، توجیه بصری و مفهومی داشته باشد، که بینش علمی و ساختاریافته‌ای را می‌طلبد. برای فراگیری و کسب چنین بینشی، اصول گروه‌بندی ادراکی به عنوان روشی سازمان‌دهنده، می‌تواند زاویه جدید را برای نگریستن به تایپوگرافی به مثابه رسانه بصری پیام‌رسان، ارائه دهد. به عبارتی، تایپوگرافی معاصر در حوزه طراحی گرافیک اغلب در خدمت معنا و رسیدن به مفهوم، شناخته شده است؛ و حروف و کلمات فارسی قابلیت‌های زیادی برای خلاقیت در فضاسازی بصری با موضوع و مفاهیم خاص دارند. بنابراین در این میان، روش و اصول گروه‌بندی ادراکی که همواره در پی الگو و ساختاری است تا از پراکندگی‌های بصری به یک انسجام و جهت‌گیری معنادار و هدفمند برسد، با تکیه بر اصول و مبانی فرم به عنوان روش یا خط‌مشی فکری می‌تواند طراحان گرافیک را به شیوه‌ای روشمند هدایت کند. پشتوانه علمی و روان‌شناسی این شیوه که برخاسته از مطالعه ادراک دیداری انسان و سازماندهی سلسله مراتب بصری برای نیل به معنای بصری قابل فهم و تأثیرگذار است، می‌تواند منجر به طراحی‌های شهودی در حوزه تایپوگرافی و طراحی گرافیک شود.

پیشینه پژوهش

آنچه به عنوان پیشینه، هم‌سو با موضوع پژوهش پیش‌رو قرار می‌گیرد، باید در محوریت با مقوله «تایپوگرافی فارسی و ادراک بصری» جستجو گردد. نگارنده پیش‌تر حول محور ساختار بصری تایپوگرافی در آثار نسل چهارم و پنجم طراحان گرافیک ایران، پژوهش و جستجوهای را انجام داده است (۱۳۹۹). اما در پژوهش حاضر، تایپوگرافی فارسی به مثابه رسانه بصری پیام‌رسان، از منظر اصول گروه‌بندی ادراکی (اصول کلاسیک و جدید)، مورد واکاوی قرار گرفته. به عبارتی در درجه اول مسئله بدیع در آن، روش پرداختن به وجه بصری و ادراکی «تایپوگرافی فارسی» در یک بافتار مشخص با طبقه‌بندی محتوای بصری است؛ و در درجه دوم بهره‌گیری از اصول گروه‌بندی ادراکی (کلاسیک و جدید) در تجزیه و تحلیل داده‌ها

است تا به شیوه توصیفی - تحلیلی و به‌صورت کیفی با استفاده از ابزار مشاهده به مسئله پژوهش بپردازد و با روش و اصول گروه‌بندی ادراکی، این موضوع را بررسی و تبیین نماید. جامعه آماری پژوهش، پوسترهای معاصر ایران که «بیان تایپوگرافیک»^{۱۱} دارند، است و نمونه‌های آماری پژوهش، پوسترهایی هستند که به‌صورت گزینشی، منطبق با هر اصل از اصول گروه‌بندی ادراکی، انتخاب می‌شوند.

روش پژوهش برگرفته از روان‌شناسی و ادراک کل‌نگر که توسط روانشناسان گشتالت مطرح شده، محوریت یافته است؛ به عبارتی در روش پژوهش که براساس «اصول گروه‌بندی ادراکی» است، نوعی رویکرد وجود دارد که به ذهن و رفتار انسان به عنوان یک «کل» نگاه می‌کند. این نشان می‌دهد که ما به سادگی بر روی هر جزء کوچک در دنیای اطراف خود تمرکز نمی‌کنیم، بلکه آن را به‌عنوان یک کل می‌بینیم. شایان ذکر است، ابزار تحلیلی پژوهش برپایه یازده اصل از اصول گروه‌بندی ادراکی (اصول کلاسیک و جدید) می‌باشد که به واسطه آن، نمونه‌های تحقیق نیز تجزیه و تحلیل می‌شوند.

نظرگاه این پژوهش نیز مسئله مهمی را در حوزه طراحی گرافیک، هدف قرار داده؛ در واقع از آنجایی که در حوزه هنرهای دیداری، فرد با عمل دیدن، به دریافت و فهم یک پیام تصویری-بصری دست می‌یابد، از این رو ایجاد معنا و مفهوم در حوزه و زمینه مذکور، به وسیله دستور زبان بصری و عوامل ارتباط بصری میسر می‌گردد. نگارنده با درنظر گرفتن چنین فرآیندی، کیفیت ارتباط بصری - شیوه انتقال پیام - و ادراک را مسئله اصلی در حیطه طراحی گرافیک و به‌طور اخص طراحی و بیان تایپوگرافی در پوستر می‌داند؛ بدین‌سان روش پژوهش، متناسب با این فرآیند و اهداف انتخاب شده است. چراکه اصول گروه‌بندی ادراکی، برپایه مؤلفه‌های تجسمی (عناصر و عوامل بصری) با اهداف ارتباطی و بصری، مفهوم می‌یابد و تعریف می‌شود؛ بدین ترتیب روش و مسیر پژوهش، زمینه‌هایی را جهت آگاه‌سازی طراحان گرافیک نسبت به چطور و چگونگی ارتباط‌دهی و تعامل عناصر بصری به‌صورت سازمان‌یافته در یک بافتار مشخص، فراهم می‌کند. باید افزود، با اعتنا به پیشینه پژوهش، از آنجایی که هنرمندان و پژوهشگران کمتر به مباحث مربوط به حس باصره و عمل دیدن و به‌تبع آن ادراک، پرداخته‌اند، بنابراین این پژوهش می‌تواند نقش موثری را ایفا کند تا شناخت بهتری نسبت به رابطه اثر هنری و ادراک میسر گردد. همین‌طور رویکرد طراحان گرافیک از

آید، به سنجش اثربخشی گشتالت در لوگوها نظر داشته‌اند؛ و نتایج نشان می‌دهد که لازمه اثربخشی قابل توجه لوگوها بر مخاطب نیز کنترل کیفی با توسل به اصول گشتالت در طراحی آن است. اینک کنکاش در مورد این موضوعات هرکدام مسیر تازه‌ای را پیش‌روی هنر تایپوگرافی قرار می‌دهد و در همین راستا ویژگی، عملکرد و خصوصیات بیانی این هنر به کشف و دریافت نائل می‌آید.

روش پژوهش

پژوهش پیش‌رو از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است و نیز از نظر هدف، علمی-کاربردی می‌باشد. روش انجام پژوهش براساس مشاهده و تجزیه و تحلیل نمونه‌های آماری به‌صورت کیفی صورت می‌گیرد. روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و فیش‌برداری بوده که از طریق منابع مکتوب و تصویری صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش پوسترهای تایپوگرافی معاصر ایران است و نمونه‌های آماری شامل یازده پوستر با بیان تایپوگرافیک می‌باشد. این تحقیق براساس نظریه‌ای علمی مبتنی بر حقایق تجربی روانشناسی است که در پی تطبیق و تعمیم این نظریه در حوزه ارتباط تصویری می‌باشد تا ضمن بررسی و تبیین قابلیت‌های این رویکرد، زمینه‌های کاربردی کردن آن را مورد مذاقه قرار دهد؛ بدین ترتیب، انتخاب نمونه‌های تحقیق به صورت غیرتصادفی توسط نگارنده انجام شده است. درواقع هر نمونه، متناسب با ویژگی‌های توصیفی هر اصل از اصول گروه‌بندی ادراکی [شامل یازده اصل مندرج در جدول ۱] که بیش‌ترین نمود را در تایپوگرافی یک پوستر دارد، گزینش شده (جدول ۲) که کمابیش خصوصیات دیگری از اصول گروه‌بندی ادراکی را نیز دارا هستند (جدول ۳). درواقع به‌منظور مصداق‌پذیر کردن هر اصل از اصول ادراک دیداری با هدف مطالعه، تحلیل و تطبیق روابط اجزایی و محتوایی پوسترهای تایپوگرافیک، معیار انتخاب نمونه‌ها به صورت هدفمند و به روش گزینش ناهمگون انجام شده است.

رویکرد پژوهش حاضر مبتنی بر پدیده گشتالت است که توسط روان‌شناسان آلمانی پایه‌گذاری شده (۱۹۱۲ میلادی)؛ و مفاهیم اساسی این رویکرد، به‌صورت طبقه‌بندی شده به اصول گروه‌بندی ادراکی تقسیم‌بندی می‌شود که روش پژوهش بر پایه آن بنا نهاده شده است. جمله اساسی در توصیف این پدیده ادراکی این است که «کل با مجموعه اجزای آن به لحاظ ادراکی متفاوت است». به‌عبارتی، گروه‌بندی ادراکی مشخص می‌کند که چه مناطقی

است که روش متمایزی را جهت تدقیق و واکاوی شکل بصری و بیانی تایپوگرافی مطرح می‌نماید. به نوعی این پژوهش، رویکرد علمی و کاربردی را ارائه می‌دهد که مشمول تمامی اصول گروه‌بندی ادراکی است که در هیچ‌یک از پژوهش‌های داخلی و فارسی به آن پرداخته نشده؛ چرا که اکثر پژوهشگران، اصول بنیادین ادراک دیداری، موسوم به «قوانین گشتالت»^{۱۲} را در قالب پنج اصل کلاسیک شناخته‌اند؛ و عموماً از کتاب رضا شاپوریان (۱۳۸۶) تحت عنوان «اصول کلی روانشناسی گشتالت»، بهره گرفته شده است. اینک با در نظر داشتن محوریت پژوهش (تایپوگرافی فارسی/ اصول ادراک بصری)، پیشینه آن مشمول پژوهش‌ها و آثار چاپی کاملاً مرتبط است که بدین ترتیب می‌باشد:

جاوید رمضانی و مریم روشن‌فکر (۱۳۹۰) در کتابی با عنوان «طراحی گرافیک با رویکرد گشتالتی» به چگونگی درک کل‌نگر و روانشناسی ادراک در حوزه طراحی گرافیک پرداخته‌اند و نمونه‌ها، تصاویر و تمرین‌هایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند؛ شایان ذکر است که اثر مذکور با عنایت به کتاب رضا شاپوریان (۱۳۸۶) «اصول کلی روانشناسی گشتالت» به نگارش درآمده است. عفت‌السادات افضل طوسی (۱۳۸۸) در کتابی با عنوان «از خوشنویسی تا تایپوگرافی»، منحصراً ارزش بصری و بیانی خوشنویسی را در بستر تاریخ مورد تدقیق قرار داده و تحولات حاصل از آن را در طراحی گرافیک و به‌طور اخص در تایپوگرافی، دنبال کرده است. همچنین کامران افشارمهجر (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «کاربرد نظریه ادراک دیداری گشتالت در صفحه‌آرایی کتاب‌های درسی»، تأثیر اصول ادراک دیداری گشتالت بر طراحی و صفحه‌آرایی کتاب‌های درسی را به روش توصیفی-تحلیلی بررسی نموده و از جمله نتایج بدست آمده نیز اثربخشی مثبت این اصول در انتقال اطلاعات مندرج در کتب درسی است. حسین رضوی‌فرد و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با موضوع «تحلیل فرم و ترکیب‌بندی در خط نستعلیق بر اساس اصول نظریه گشتالت» به تحلیل نسبت‌های خط نستعلیق و ترکیب‌بندی حاصل از آن پرداخته‌اند؛ در این راستا از فرآیند ادراک گشتالت به روش توصیفی-تحلیلی بهره گرفته شده و نتایج آن دستیابی به داده‌هایی در مورد ارتباط دو سویه اجرای اثر و ارزیابی اثر با اصول نظریه گشتالت است. فرزانه فلاحی و بهزاد سلیمانی (۱۳۹۸) در مقاله پژوهشی با عنوان «مطالعه اثربخشی گشتالت لوگوتایپ‌های تجاری بر مخاطب با پیروی از الگوی آیدا»، به‌صورت کیفی و با مدل

از یک تصویر یا فضای بصری به عنوان واحد ادراکی به هم تعلق دارند؛ چرا که براساس این رویکرد، روابط میان عناصر، برپایه گروه بندی اجزاء به شکل معناداری ادراک می شود. درواقع این دیدگاه با تکیه بر روان شناسی و فیزیولوژی انسانی، نشان می دهد انسان تمایل ذاتی به سازماندهی ورودی های حسی به شیوه ای خاص دارد که منسجم ترین و مدون ترین ادراک ممکن را ایجاد می کند (Brooks, 2015: 1-2)؛

جدول ۱. توضیح و شرح مختصر نسبت به اصول گروه بندی ادراکی - ساخت جدول و طراحی تصاویر از نگارنده (منبع: نگارنده، ۱۴۰۳).

نمود بصری اصول	” اصول گروه بندی ادراکی “
	۱- مناسبات نقش و زمینه [یا سادگی]: چشم انسان سعی می کند اشکال را از پس زمینه جدا کند و شکل ها را تا حد امکان ساده و یکپارچه توصیف کند. این اصل توضیح می دهد که چگونه ذهن ما تلاش می کند تا بفهمد چه قسمتی از یک تصویر، شکل (یا موضوع) و کدام قسمت زمینه (یا پس زمینه) است. این روش ابزاری مفید برای ایجاد تنش بصری و هیجان است (Malinauskas, 2018: 527).
	۲- قانون مشابهت: این طبیعت انسان است که مانند چیزها را با هم گروه کند. در واقع عناصر مشابه بدون توجه به مجاورت آن ها با یکدیگر، از نظر بصری گروه بندی می شوند. آن ها را می توان بر اساس رنگ، شکل یا اندازه گروه بندی کرد (Koontz & Gunderman, 2008: 1158).
	۳- قانون مجاورت: مجاورت به میزان نزدیکی عناصر به یکدیگر اشاره دارد. این اصل می گوید که ما اشیایی را که به هم نزدیک هستند به عنوان بخشی از یک گروه درک می کنیم. اساساً فاصله بین عناصر مشخص می کند که آیا آن ها بخشی از یک گروه هستند یا متفاوت از هم تلقی می شوند (Mennan, 2009: 310).
	۴- قانون یکپارچگی: اصل یکپارچگی یا «بستار»، توهم دیدن یک محرک ناقص را به عنوان یک کل توصیف می کند. مغز انسان هر جای خالی را پر می کند یا برای تکمیل تصاویر یا اشکال ضمنی ارتباط برقرار می کند. این اصل نشان می دهد که انسان ها دوست دارند کل تصویر را ببینند، حتی اگر تصویر کاملی در آنجا شکل نگرفته باشد (Zakia, 2013: 49).
	۵- اصل پیوستگی: اصل «پیوستگی/ تداوم» توصیف می کند که چشم انسان هنگام مشاهده خطوط یا سلسه عناصر هم راستا، بدون توجه به اینکه چه مسیری را دنبال می کنند، آن ها را در یک گروه پیوند دهد (Metwally, 2021: 27).
	۶- اصل سرنوشت مشترک: این اصل در مورد درک انسان از چیزهای درحال حرکت صحبت می کند. در واقع چیزهایی که با سرعت یا فرکانس یکسان در حال حرکت یا جهت گیری در یک مسیر هستند، یکسان در نظر گرفته می شوند یا با هم گروه بندی خواهند شد (Wagemans et al., 2012: 1180).
	۷- اصل تقارن: قانون تقارن و نظم همچنین به عنوان پراگمان نیز شناخته می شود. هنگامی که به چیزی نگاه می کنیم، ذهن ما مشتاق است عناصر قرینه را جفت ببیند و در صورتی که بی ارتباط باهم باشند، آن ها را مرتبط سازد. تقارن باعث ایجاد حس هماهنگی و نظم می شود که انسان به طور طبیعی عناصر متقارن را در یک گروه درک می کند و به آن تمایل دارد (Koontz & Gunderman, 2008: 1159).
	۸- اصل موازات: این اصل یکی دیگر از روش های ساده سازی ذهن انسان در برخورد با عوامل و عناصر دیداری و بصری را شامل می شود؛ بر این مبنا، اجزاء و عناصری که زاویه بسیار نزدیک و مشابه دارند، به صورت یک گروه شناخته می شوند (Wagemans et al., 2012: 1190).
	۹- اصل فراپوشاندگی: بنابر اصل فراپوشاندگی، در یک ساختار بصری، گشتالت های کوچک تر در پرتوی گشتالت های بزرگ تر قرار می گیرند به طوری که با تحت الشعاع قرار گرفتن گشتالت های کوچک تر، گشتالت های بزرگ تر آن ها را می پوشانند (رضازاده، ۱۳۸۷: ۳۶).
	۱۰- اصل منطقه مشترک: اصل «ناحیه/ منطقه مشترک» اغلب با اصل پیوستگی اشتباه گرفته می شود، اما بسیار متفاوت است. این اصل می گوید که عناصر محصور شده تحت یک محدوده، منطقه یا مرز مشترک به عنوان یک عامل تمرکز یافته در یک گروه درک می شوند (Metwally, 2021: 26).
	۱۱- اصل عنصر متصل: اصل «ارتباط/ عنصر متصل» می گوید چیزها و عناصری که از نظر بصری به هم متصل هستند به عنوان یک مجموعه واحد در نظر گرفته می شوند و ذهن تمایل دارد روابط بین آن ها را دنبال کند (Brooks, 2015: 11-12).

اصول گروه بندی کلاسیک شامل: مناسبات نقش و زمینه^{۱۳}، قانون مشابهت^{۱۴}، قانون مجاورت^{۱۵}، قانون یکپارچگی^{۱۶}، اصل پیوستگی^{۱۷}، اصل سرنوشت مشترک^{۱۸}، اصل تقارن^{۱۹} و نیز اصل موازات^{۲۰} است. برخی از این اصول در بیشتر قرن بیستم به شکل مسلط مورد استفاده قرار می گرفت و برخی دیگر به تدریج در ادغام با اصول اولیه اشتقاق و تعمیم

از این رو منسجم ترین نوع ادراک بصری براساس ساختاری مبتنی بر اصول گروه بندی ادراکی یا طرح سازمانی ادراکی اتفاق می افتد. درباره بسط و گسترش آن باید گفت، ابتدا این اصول در اوایل قرن بیستم توسط روان شناسان گشتالت به مجموعه ای از «اصول گروه بندی کلاسیک» شناسایی شد و سپس این فهرست گسترش یافت تا طیف گسترده ای از ویژگی های تصویر را پوشش دهد.

یافته‌اند؛ همچنین اصول گروه‌بندی جدید شامل: اصل فراپوشاندگی^{۲۱}، اصل منطقه مشترک^{۲۲} و اصل عنصر متصل^{۲۳} می‌باشند که در سه دهه اخیر، دانشمندان بینایی مدرن با مطالعه و بسط اصول اولیه، آن را به‌روز نمودند (Wagemans et al., 2012: 1172). شایان ذکر است توصیف اصول مذکور به‌طور مجزا در جدول ۱ تدوین و طبقه‌بندی شده است.

با توجه به روش مطروحه، ابزار تحلیلی پژوهش یا به عبارتی، معیارهای تحلیل نمونه‌ها برپایه یازده اصل از اصول گروه‌بندی ادراکی است که تعاریف و ماهیت نظری هر یک از این اصول، در تحلیل و سنجش نمونه‌ها، نقش مؤلفه‌های تحلیل محتوا را ایفا می‌کنند و نیز موقعیت و رفتار بصری تایپوگرافی و عناصر وابسته به آن، براساس این مؤلفه‌ها ارزیابی می‌گردد. افزون بر این، از آنجایی که این اصول برگرفته از سازمان ادراکی انسان و تمایل ذاتی او به گروه‌بندی محرک‌های مختلف، تدوین شده و در قالب الگوهای معنادار شناسایی شده است، پژوهش نیز دارای الگوی نظری و تحلیلی می‌باشد. بنابراین تطبیق این اصول نسبت به تایپوگرافی پوسترها، اطلاعات و داده‌های قابل سنجشی را ارائه می‌دهد؛ از این‌رو تحقیق حاضر بنیادی است و به شیوه نظری به مسئله پژوهش می‌پردازد.

تایپوگرافی فارسی و ادراک بصری

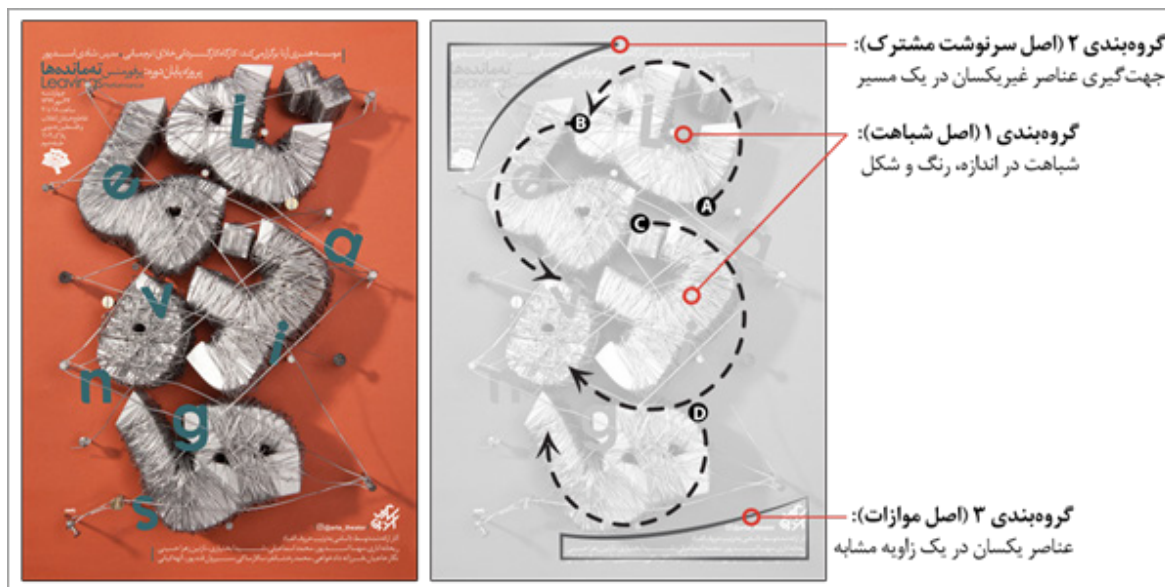
تایپوگرافی به‌عنوان شاخه‌ای از حوزه گرافیک دیزاین^{۲۴}، از آنجایی که بازنمود زبان گفتار است، در نقش رسانه‌ای خود نسبت به زبان کلامی، عمومی‌تر، همگانی‌تر و تاثیرگذارتر است. چراکه چگونگی طراحی تایپ و نگارش حروف و کلمات و تغییرات هدفمند در «صورت بصری نوشتار»، به حروف و کلمات شکل و فرم می‌دهد و در قالب تایپوگرافی، دلالت بصری معناداری پیدا می‌کند. این نوع از بیان بصری، حسن انتقال معانی از طریق کلمات و عبارات را تقویت می‌کند؛ بنابراین می‌تواند فضایی بازدارنده و دعوت‌کننده یا فضایی نزدیک به لذت بردن و تخیل کردن در ذهن بیننده یا خواننده ایجاد کند.

به نوعی روابط عناصر نوشتاری و بصری در یک بافتار مشخص، نقش محرک‌های بصری را ایفا می‌کنند؛ که به موجب آن، انتقال اثر محرک، از گیرنده حسی به سیستم اعصاب مرکزی انسان (مخاطب اثر هنری)، در شرایط عینی قابل پیگیری است و واکنش درونی او را نیز دربردارد (سرمدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۰). بنابراین تایپوگرافی به عنوان یک اثر گرافیکی، می‌تواند از کیفیات بصری خاصی برخوردار باشد

تا قبل از اینکه خواننده شود، دیده شود؛ چرا که می‌تواند حاوی ویژگی‌های فیزیکی نور، رنگ، فرم، بافت، فضا و سایه جهت افزایش مفهوم و جلب توجه بیش‌تر باشد (سلنتیس، ۱۳۹۲: ۱۶۲) و مفهوم کلی نوشتار را به‌صورت تصویری، حتی قبل از خواننده شدن به بیننده منتقل کند. به دلیل آنکه دریافت از سوی مخاطب در محیط عینی شکل می‌گیرد و سپس ادراک در محیط به صورت عقلی و حسی، حاصل می‌شود. یعنی طی فرآیند ذهنی، تجارب حسی معنادار می‌شود و انسان روابط اجزاء را در قالب یک کلیت واحد بصری درک می‌کند (سرمدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۰). حال، این فراشد ارتباطی مهم نیازمند برنامه‌ریزی، سازماندهی و تسلط بر نحوه بیان و اجرای تایپوگرافی، از سوی هنرمند است. در واقع وظیفه هنرمند محسوب می‌شود که در روند خلق اثر و ایجاد معنا تلاش کند و متعاقباً، نسبت به چگونگی بازخورد معنایی اثر، کنترل نسبی داشته باشد. زیرا خالق اثر می‌تواند با شناخت، نسبت به ساز و کار ادراک انسان و ذائقه بصری مخاطب، اثری را متناسب با تمایلات و آگاهی مخاطبان هدف، ساده‌سازی کند و بیافزیند؛ تا معنای مورد نظر را در قالب تغییرات شکلی و فرمی حروف و کلمات و همچنین چیدمان خاص عناصر حرفی و نوشتاری در تایپوگرافی مستتر نماید. بدین ترتیب اجزای بصری با تمهیدات قبلی، در ذهن مخاطب به یکدیگر پیوند خواهد یافت و در یک لحظه، توسط مخاطب مورد خوانش قرار می‌گیرد (هیلنر، ۱۳۹۵: ۱۲۸).

به عبارتی مسئله ادراک بصری، فرآیندی سازمان‌دهنده است و اطلاعات حسی را که حواس از دنیای خارج دریافت می‌کند، مورد تفسیر و تعبیر قرار می‌دهد (شاپوریان، ۱۳۸۶: ۹۳). درواقع ذهن برای گریز از سردرگمی که در نتیجه ورود اطلاعات بصری متعدد و پراکنده به داخل آن ایجاد می‌شود، نیز آن اطلاعات بصری را به صورت گروه‌بندی شده، ساده‌سازی می‌کند (اتحادمحکم و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۴). از این‌رو بهره‌گیری از گروه‌بندی اطلاعات بصری [شامل عناصر و اجزای تایپوگرافی] از منظر اصول گروه‌بندی ادراکی می‌تواند شناخت و روش راهبردی را ارائه دهد.

به‌طور مثال به صورت کاربردی در تصویر شماره ۱، می‌توان این گروه‌بندی ساختاری و بصری را دنبال کرد؛ بدین‌گونه که اجزاء و گروه‌های حرفی و نوشتاری ناحیه A، B، C و D نیز تایپوگرافی اصلی را صورت بخشیده و این انسجام بصری در یک همبستگی و وحدت بصری نسبت به اجزایش، دارای ارجحیت دیداری است. این ارجحیت را، نوع ادراک ما از محیط تعیین می‌کند، چرا که «چیزهایی که ما می‌بینیم، در مقام کلیت، از خود واکنش نشان می‌دهند» (آرنه‌ایم، ۱۳۹۸: ۸۶). بنابراین تلاش برای

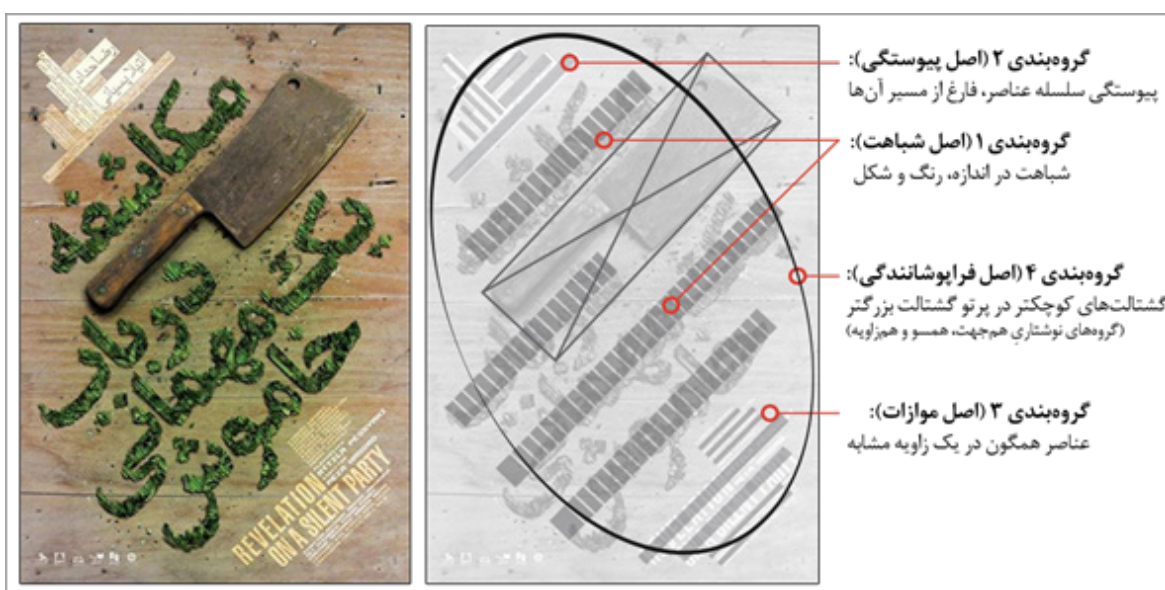


تصویر ۱. ته‌مانده‌ها، طراح: محمد افشار، برگزیده اولین دوسالانه بین‌المللی پوستر کره جنوبی ۲۰۲۱، تحلیل بصری پوستر از نگارنده (منبع: URL۱۶)

با پلان اول دید قرار گرفته و عناصر نوشتاری فرعی (گروه‌بندی ۲ و ۳) با اندازه کوچک‌تر - انتخاب قلم نازک و استفاده از رنگ خنثی نیز در اولویت دیداری بعدی پیش‌بینی شده‌اند.

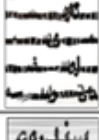
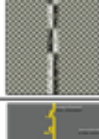
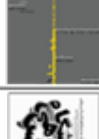
همین‌طور در تصویر شماره ۲، چنانچه به طرح

خواندن عنوان پوستر، از اجزای حرفی تایپوگرافی آغاز می‌شود اما در نهایت، خوانش و فهم بصری تایپوگرافی در فرآیند ارتباط‌دهی اجزاء برای رسیدن به یک طرح تکمیلی اتفاق می‌افتد. همچنین به واسطه بزرگ‌نمایی و پیوند اجزاء در تایپوگرافی اصلی (گروه‌بندی ۱)، این بخش از پوستر در سطح



تصویر ۲. مکاشفه در باب یک مهمانی خاموش، طراح: علی افسرپور، منتخب نمایشگاه دیوارکوب ۱۳۹۸، تحلیل بصری پوستر از نگارنده (منبع: URL۱۰)

جدول ۲. معرفی اجمالی نمونه‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل مختصر بر مبنای مبانی نظری پژوهش (منبع: نگارنده، ۱۴۰۳).

پوسترها	"تحلیل اجمالی نمونه‌های پژوهش براساس مبانی نظری پژوهش"	تایپوگرافی اصلی پوسترها
	اصل نقش و زمینه: در پوستر همیشه عناصری هستند که فضایی را اشغال می‌کنند و دارای نقش بصری و وزن بصری در یک زمینه یا چارچوب بصری هستند. در این پوستر نقش بصری، قالبی مستطیل شکل دارد که هم با ایجاد فضای مثبت، فضایی را تصرف کرده و هم از فضای منفی حاصل از آن، یک نقش نوشتاری دیگر پدیدار شده است. این نوع سازماندهی در تایپوگرافی می‌تواند توهّم بصری ترغیب‌کننده‌ای ایجاد کند.	
	اصل مشابهت: در این پوستر، در عین حال که چشم به دنبال ارتباطدهی عناصر همگون در یک گروه است، خواندن عناصر نوشتاری هم نیز صورت می‌پذیرد؛ بنابراین خواندن و پیوندهای بصری توسط چشم و ذهن، خوانش بصری تایپوگرافی را به همراه دارد و در این فرایند، از هم‌شکلی حروف و کلمات در یک گروه نوشتاری، می‌توان به ماهیت بصری-معنایی واژه سرریز رسید.	
	اصل مجاورت: در این پوستر، عناصر نوشتاری در قالب تایپوگرافی به‌طور متمرکز در مجاورت هم قرار گرفته‌اند. این نزدیکی در عناصر حرفی و عبارت‌های نوشتاری، آن‌ها در یک گروه قرار می‌دهد. بنابراین با توجه به اینکه تعداد زیادی از واحدهای نوشتاری، گروهی از اسامی را به صورت بصری ترتیب داده‌اند، باعث شده تا به موضوع پوستر که یک نمایشگاه گروهی است، اشاره مفهومی داشته باشد.	
	اصل یکپارچگی: در این پوستر نگارش واژه "صلح" در قالب تایپوگرافی، فاقد مرز مشخصی است. به‌نوعی لبه‌های زیرین آن، جزیی از فضای سفید پوستر به‌شمار می‌رود؛ اما ذهن به‌واسطه آشکار بودن بخشی فوقانی تایپوگرافی، در پی تکمیل آن خواهد بود. یکی دیگر از علت‌های آن، عادت برای خواندن حروف و کلماتی است که به لحاظ بصری برای انسان خوانا و آشنا هستند؛ این روش در تایپوگرافی نیز تأمل برانگیز می‌باشد.	
	اصل پیوستگی: در این پوستر، خطوط منقطع و پیوسته نوشتاری، به‌واسطه تداوم در مسیری هم‌راستا، یک گروه نوشتاری مرتبط را تشکیل داده‌اند. به دلیل خوانایی نوشتار از راست به چپ در الفبای فارسی، گردش چشم از سمت آغاز می‌گردد تا مسیر حرکت حروف و کلمات، توأمان با خوانایی آن، با دریافت معنا میسر گردد. این راهکار در طراحی تایپوگرافی برای هدایت چشم در مسیری مشخص به‌کار رفته است.	
	اصل سرنوشت مشترک: در محور افقی تایپوگرافی، جنبش و جابجایی مقطعی حروف تاییبی، آن را از حالت متعارف خارج کرده است. به‌واسطه اینکه ذهن جهت‌گیری عناصر نوشتاری در یک مسیر را، یک گروه به‌هم مرتبط ادراک می‌کند، بنابراین ذهن درصدد خوانش بصری کل اجزاء است. این حرکت و رانش بصری در محور عمودی هم جریان دارد و باعث شده در یک مجموعه به‌هم پیوسته، با صورت بصری خاص دریافت شود.	
	اصل تقارن: در این پوستر، عناصر نوشتاری با قرینگی رنگی به صورت ضربدری، دو گروه نوشتاری سیاه و سفید را تشکیل داده‌اند که حرکت زیگزاگ را در محور عمودی پوستر تداعی می‌کند. از طرفی به‌واسطه تقارن آینه‌ای عناصر نوشتاری سیاه با سفید، یک مجموعه مرتبط، هماهنگ و متمرکز از بالا تا پایین صفحه شکل یافته است. این برخورد در طراحی تایپوگرافی، ضمن ایجاد حرکت بصری، تعادل مطبوعی ایجاد کرده است.	
	اصل موازات: در این پوستر تایپوگرافی اصلی و فرعی، دو جهت مخالف برهم در فضای پوستر دارند. تایپوگرافی فرعی در بخش افقی کادر یکی پس از دیگری به موازات همدیگر یک گروه نوشتاری هم‌جهت را تشکیل داده‌اند که در بخش فوقانی و تحتانی کادر، تداعی حرکت به بیرون و داخل را دارند. همین‌طور تایپوگرافی اصلی در محور عمودی پوستر، برگرفته از مفهوم‌اش، به مسیر ممتد و پیوسته را القاء می‌کند.	
	اصل فراپوشاندگی: در این پوستر گروه‌های نوشتاری در چند ناحیه مختلف گروه‌بندی و دسته‌بندی شده‌اند. یک گروه، تایپوگرافی اصلی را به صورت بزرگ‌نمایی شده با شکلی همگون نشان می‌دهد؛ دو گروه دیگر، عناصر نوشتاری فرعی پوستر، یکی با زبان فارسی در مسیری هم‌سو (رو به بالا) و یکی با زبان انگلیسی در مسیر هم‌جهت (رو به پایین) هستند. همه اینها در پرتو مجموعه و گشتالتی کامل‌تر، تایپوگرافی پوستر را شکل داده‌اند.	
	اصل منطقه مشترک: عناصر نوشتاری در این پوستر با خصوصیات شکلی و اندازة متفاوت در یک ناحیه به‌خصوص، لی‌اوت شده‌اند. چینش حروف و کلمات در این منطقه که داخل فضای تصویر محصور شده، یک نقطه توجه را در پوستر شکل داده است. این گروه نوشتاری، به منطقه خاصی از فضای پوستر اشاره دارد که علاوه بر ایجاد تمرکز بصری، با مضمون عنوان پوستر (ما اینجا خوشیم) قرابت معنایی پیدا کرده است.	
	اصل عنصر متصل: در این پوستر اساسی‌ترین نوع گروه‌بندی، به‌واسطه اتصال و تداخل عناصر حرفی عنوان اصلی پوستر (سی‌ما) و نیز اتصال عناوین فرعی با آن، شکل یافته است. برقراری اتصال سطح مقطع حروف و پیوند آن‌ها، نوعی هماوایی و گردش بصری تأمل برانگیزی را ایجاد کرده است. این نوع ارتباطدهی در تایپوگرافی-جنبش بصری، پویایی و حرکت سیال را به ارمغان آورده است.	

انسان به‌طور ذاتی در برخورد با فضای دیداری، به دنبال خوانایی، معنا و مفاهیم قابل درک است.

در تصویر شماره ۳ به موجب فضایی غالب از عناصر نوشتاری با موقعیت‌های مختلف جهت‌دار و متراکم، می‌توان خاصیت نقش‌بودگی را در مقابل زمینه قهوه‌ای رنگ دید. به نوعی چنین فضاسازی از اصل نقش و زمینه تبعیت می‌کند و بر این اساس، کلمات و عبارات از پس لکه‌های مستطیل شکل با حرکت و جهت‌گیری، ادراک می‌شوند. برقرار بودن این اصل در تایپوگرافی پوستر، سبب شده تا فضای مثبت حروف و کلمات جای خود را به فضای منفی بدهند و به تبع آن ادراک آن دو هویتی شود. یعنی شکل و زمینه مدام جای خود را به یکدیگر می‌دهند. پیوستگی، نزدیکی و اتصال اشکال مستطیلی که در آن حروف و کلمات نقش بسته‌اند، برقراری اصل پیوستگی، اصل عنصر متصل و اصل مجاورت را نشان می‌دهد؛ این نوع چیدمان سبب می‌شود که نوشتار و اشکال هم‌سو و هم‌جهت به صورت یک مجموعه ادراکی و به هم مرتبط، مورد دریافت قرار گیرند. شکل‌گیری این مجموعه عناصر در نقشی واحد، توأمان با بزرگنمایی عنوان اصلی پوستر (سینما حقیقت)، نوعی تمایز را در فضای پوستر می‌نمایاند؛ و به تبع آن تمرکز و انرژی بصری برای جلب توجه نسبت به عنوان اصلی، فراهم می‌شود. از آنجایی که عبارات نوشتاری هرکدام در اشکال هندسی، محصور شده و در دو رنگ قرمز و سیاه، فضای پوستر را اشغال کرده‌اند، می‌توان گفت هرکدام از این واحدهای نوشتاری، یک گشتالت و کل را تشکیل داده که در پرتو گشتالت بزرگتر هستند؛ این ویژگی و نمود ساختاری نیز برپایه اصل فراپوشاندگی ادراک می‌شود.

در تصویر شماره ۴ اجزای حرفی و شکلی تایپوگرافی، دارای ساختار بصری متحدالشکلی است که نشان‌دهنده برقراری اصل مشابهت است. مشابهت در شکل، رنگ و اندازه حروف، نوعی هم‌شکلی و

بصری می‌نگریم ابتدا ممکن است قسمت‌های مختلف توجه بیننده را جلب کند، و ترکیب‌بندی آن، چشم‌ها را در جای‌جای تصویر بچرخاند؛ اما ذهن، طرح بصری که شامل حروف و کلمات متعدد و متغیر با استقرار در نقاط و نواحی مختلف (گروه‌بندی ۱ تا ۳) است را در قالب یک چارچوب بصری (گروه‌بندی ۴)، به صورت یک کل واحد تصویری می‌بیند (های اسمیت، ۱۳۹۵: ۴۰).

یافته‌ها

تجزیه و تحلیل

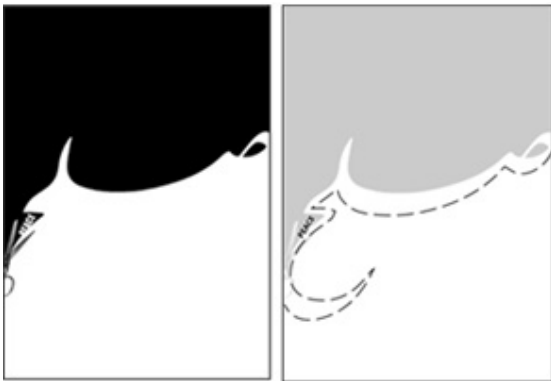
پوستر نقش اساسی و قابل توجهی در اطلاع‌رسانی و انتقال پیام دارد که در طراحی آن، عواملی در بیان بصری خلاقانه و ارائه هرچه ماندگارتر پیام نیز مؤثر است (حسامی و امامی‌فر، ۱۳۹۸: ۴۴). اینک اگر تایپوگرافی را در بافتاری مشخص همچون پوستر، به‌عنوان کل در نظر بگیریم، عناصر و اجزای تشکیل دهنده آن، ارزش‌های وابسته و مستتر محسوب می‌شوند. اکنون براساس روش پژوهش و ابزار سنجش نمونه‌ها، روابط بین عناصر بصری و نحوه گروه‌بندی اجزای تایپوگرافی مورد سنجش قرار می‌گیرد، تا برآیند حاصل از آن به لحاظ بیان معنا مشخص گردد. اما در این راستا پدیده‌ای تعیین‌کننده نیز در خواندن و دریافت بصری مؤثر است. در حقیقت «چشمان ما در هنگام خواندن با حرکاتی نامنظم و کوچک، مدام به اطراف می‌پرنند، این پدیده «سکاد» نامیده می‌شود» (های اسمیت، ۱۳۹۵: ۳۹). با استفاده از پدیده سکاد، چشم انسان کلمه‌ای را که می‌خواند نیز تشخیص می‌دهد و در همین حین به کلمه یا یکی دو حرف بعدی نگاه می‌کند تا سرنخی در مورد طول کلمه به‌دست بیاورد. در این میان چشم به سرعت در طول کلمه به جلو و عقب می‌رود، اما تصویر کلمه در ذهن بیننده تثبیت شده است (همان: ۴۲). این پدیده نشان می‌دهد که



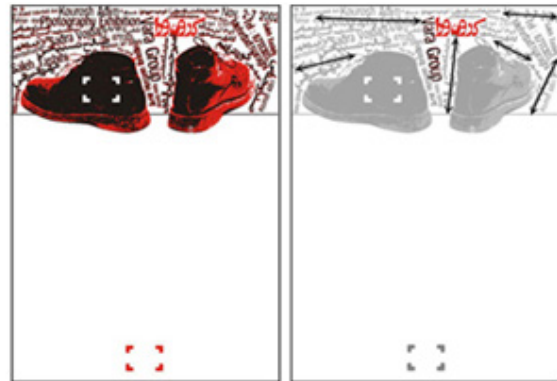
تصویر ۴. سمت چپ: نام کوچک من: سرباز، طراح: شهرزاد چنگلوايي، ۱۳۸۹ (منبع: URL۱)



تصویر ۳. سمت راست: سینما حقیقت، طراح: رضا عابدینی ۱۳۸۱ (منبع: URL۱۱)



تصویر ۶. سمت چپ: صلح، طراح: مهدی سعیدی
(منبع: URL۶)



تصویر ۵. سمت راست: گروه ورا، طراح: رضا عابدینی،
۱۳۸۱ (منبع: URL۱۲)

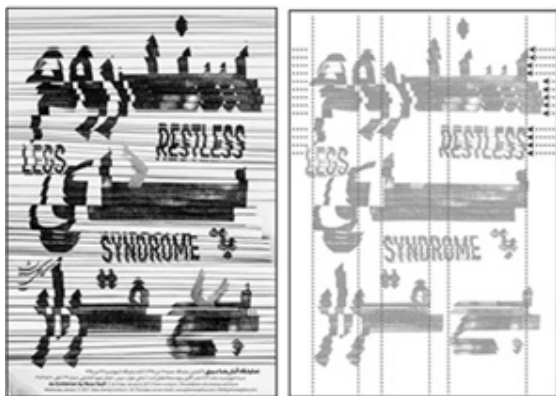
اندازه، رنگ و شکل بصری (فارسی و انگلیسی) دارای شباهت می‌باشند؛ هم‌شکلی آن‌ها باتوجه به اصل مشابهت گروه‌بندی می‌شود و نقش بسزایی در کشش بصری نوشتار به‌منظور پویایی فضای بصری دارد، و این خصیصه چشم را در آن موقعیت، جهت می‌راند.

مجموع این عناصر نوشتاری در قالب تایپوگرافی اصلی و فرعی پوستر، بافت و تراکمی را تشکیل داده که از گروه‌های نوشتاری چندگانه به دست آمده؛ این بدان معنا است که ادراک تایپوگرافی براساس اصل فراپوشاندگی شامل یک کل بزرگ‌تر است که این کل از نظر مفهومی به نمایشگاه گروهی عکس، اشاره دارد. در این میان عنوان اصلی پوستر (گروه ورا) با رنگ قرمز و به‌صورت بزرگ‌نمایی شده، تمایز شاخصی را به‌جهت جلب توجه ایجاد نموده است.

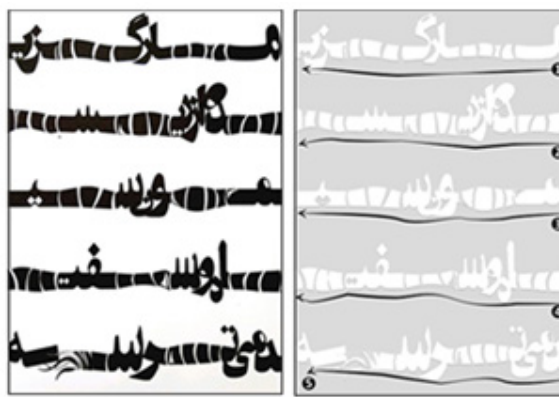
در تصویر شماره ۶ تایپوگرافی اصلی پوستر واژه «صلح» است که بخشی از آن پیداست و بخشی دیگر حذف شده. آنچه ماهیت شکلی تایپوگرافی را ملموس می‌کند، به واسطه اصل یکپارچگی می‌باشد. با توجه به این اصل، ذهن انسان تمایل دارد بخش‌های ناکامل از صورت بصری نوشتار را کامل کند؛ تکمیل بخش ناپیدای تایپوگرافی بر اساس پدیده سکاد آغاز می‌گردد. بدین‌صورت که چشم در طول شکل بصری کلمه، حرکت می‌کند تا به شکل بصری آشنا دست پیدا کند؛ وقتی توسط مخاطب خوانده شود، یعنی براساس تمایلات ذاتی انسان، سازمان ادراکی، از قانون یکپارچگی تبعیت کرده است. در این راستا، صعود و نزول حروف، تأثیر دوایر، کشیدگی حروف و همچنین فضای مثبت و منفی در حروف، از جمله ویژگی‌هایی است که در کمک به خوانش و تکمیل بصری حروف نقش دارند. در این بین، استفاده از رنگ سفید و سیاه و ایجاد فضای مثبت و منفی، باعث می‌شود تا چشم، براساس اصل نقش و زمینه،

همبستگی بصری را در تمام فضای پوستر ایجاد کرده است؛ هم‌شکلی ردیف‌های متناوب حرفی، سبب می‌شود تا در یک گروه‌بندی مرتبط، ادراک شوند. همین‌طور براساس پدیده سکاد، گردش چشم نیز به دنبال حروف‌های متصل و مرتبط خوانا است؛ و در این میان واژه «سرباز» به فارسی و انگلیسی قابل تمیز دادن است. شایان ذکر است که این تفکیک و ادراک بصری برای دستیابی به عناصر نوشتاری قابل خواندن، براساس اصل عنصر متصل و اصل پیوستگی ترتیب داده شده است. قالب‌های فرمی حروف و نوشتار با چینش در جهت افقی، ریتم یکسان و متناوبی در محور عمودی پوستر ایجاد کرده است که این ویژگی از اصل موازات تبعیت می‌کند؛ و نیز بر مفهوم و معنای ضمنی و بصری واژه سرباز و نقش آن تأکید می‌نماید. تکرار و تغییر اندازه ضخامت حروف، دندان‌های حروف و زوایای حروف، در محور افقی و عمودی صفحه، ساختاری پلان‌بندی^{۲۶} شده را می‌سازد تا مخاطب عمق‌نمایی را احساس کند. این ویژگی‌ها در سرتاسر فضای پوستر، ایجادکننده بسامد، و حرکت رفت و برگشت چشم در طول صفحه است. بدین ترتیب می‌توان نقش کلی و سازمان یافته از حروف و نوشتار را در مقابل زمینه صورتی رنگ، دید (تابع اصل نقش و زمینه).

تصویر شماره ۵ تایپوگرافی به‌واسطه تجمع حروف و نوشتار در یک‌سوم بالایی صفحه، یک نقطه توجه را ایجاد کرده که برخاسته از نزدیکی لبه‌های عناصر نوشتاری، تماس آن‌ها با یکدیگر و نیز همپوشانی آن‌ها است؛ این ویژگی‌ها نیز برپایه اصل مجاورت باعث شده تا یک گروه‌بندی نوشتاری صورت گیرد. همچنین قرارگیری عناصر نوشتاری تحت یک محدوده، تمام توجه را به آن ناحیه جلب کرده و ادراک براساس اصل منطقه مشترک، متمرکز و به دور از پراکندگی است. در این میان هرکدام از واحدهای نوشتاری که اسامی‌های گوناگون هستند، به لحاظ



تصویر ۸. سمت چپ: سندرم پای بی‌قرار، طراح: استودیو چپ‌چین، ۱۳۹۵ (منبع: URLV)



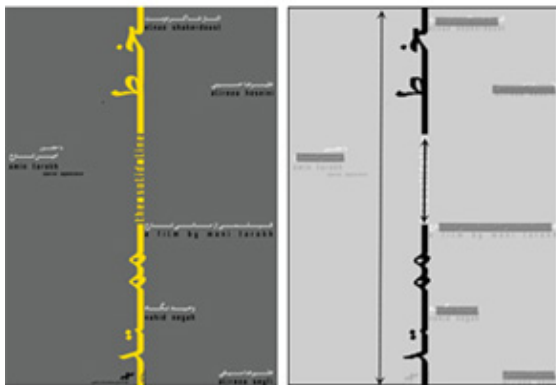
تصویر ۷. سمت راست: مار گزیده از ریسمون سیاه و سفید می‌ترسه، طراح: مریم پروانه، ۱۳۸۵ (نسل پنج، ۱۳۸۵)

نشان می‌دهد که در حال کشش و حرکت هستند. از این‌رو اصل سرنوشت مشترک هم در ادراک تایپوگرافی دخیل است. زیرا بر اساس این اصل، انسان میل به دنبال کردن عناصر دارای جهت‌گیری است. باید افزود تباین رنگی (سیاه و سفید) با هدف ایجاد نقش بصری و ساخت معنا، بسیار کمک‌کننده بوده و این نیز تابع اصل نقش و زمینه است.

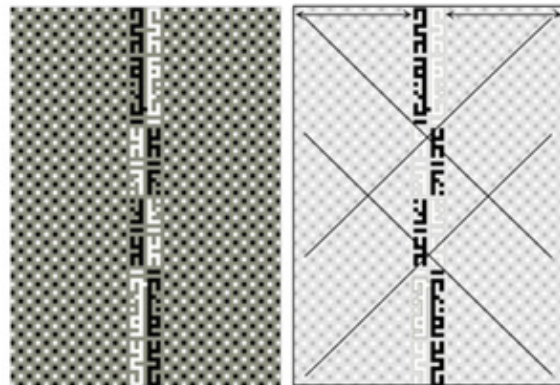
در تصویر شماره ۸ تایپوگرافی به‌صورت فضای مثبت در محور افقی، به شکل منقطع درآمده و پویایی خاصی در آن ایجاد شده. به نوعی، حروف و کلمات از فرم و شکل آشنای تایپ، به ریتم متناوب تبدیل شده‌اند. این ویژگی‌های بصری همراه با جابجایی بخش‌هایی از تایپوگرافی، حرکت و لرزش را تداعی می‌کند. ادراک حرکت‌وار فضای مثبت حروف و کلمات با خصوصیات بصری مذکور، از قانون سرنوشت مشترک تبعیت می‌کند. برآیند مینا، انسان به دنبال گروه‌بندی عناصر و اجزایی است که دارای بسامد، تکرار و تناوب هستند. این حرکت و پویایی از دل فضای منفی یا سفید رنگ برآمده و نقطه قوت آن فضای مثبت خطوط و حروف هم‌سو و هم‌راستا است (تابع اصل نقش و زمینه)؛ باید گفت، تأثیرات بصری دیگری در تقویت این اصول، نقش دارند. به این ترتیب براساس اصل پیوستگی و اصل مجاورت، جنبش عناصر حرفی به‌صورت هم‌جهت- و پیوستگی عناصر نوشتاری در محور عمودی، تأثیر بسزایی در ادراک حسی تایپوگرافی گذاشته است. به‌عبارتی این جنبش و تنش بصری در سرتاسر صفحه به مفهوم عنوان پوستر (سندرم پای بی‌قرار) اشاره مسقیم دارد. افزون بر این موارد، شکل حروف فارسی باعث انعطاف در بیان تایپوگرافی شده است. در واقع قوت و ضعف در حروف- شدت سطح در حروف، دندان‌ه و نقطه در حروف و نیز دنباله‌های حروف، از جمله عواملی هستند که تایپوگرافی را در موقعیت نامتعارف،

بر روی محدوده روشن و تیره حرکت کند. احتمالاً بهره‌گیری از این روش در طراحی تایپوگرافی به‌جهت متبادر ساختن تقابل صلح (اشاره ضمنی با رنگ سفید) و جنگ (اشاره ضمنی با رنگ سیاه) بوده؛ و هدف آن بوده تا چشم برای تداعی واژه، به داخل و بیرون فضای مثبت و منفی، هدایت شود.

تصویر شماره ۷ پوستری از یک ضرب‌المثل ایرانی با بیان تایپوگرافیک است که مفهومی از پندواژه «مار گزیده از ریسمون سیاه و سفید می‌ترسه» را به صورت تصویری ارائه می‌کند. ادراک تایپوگرافی در این پوستر در ابتدا براساس پدید سکاد شکل می‌گیرد. از آنجایی که شکل بصری نوشتار، فارسی است- چشم از راست به چپ به دنبال تشخیص حروف و خواندن است. در پی این امر، دنبال کردن کشیدگی حروف توسط چشم استمرار دارد. این پیگیری و ادراک بر پایه قانون پیوستگی رخ می‌دهد. چون چشم انسان هنگام مشاهده کشیدگی حروف یا سلسله عناصر هم‌راستا، بدون توجه به اینکه چه مسیری را دنبال می‌کند، آن‌ها را در یک گروه پیوند می‌دهد. اتصال حروف در محور افقی صفحه، و تداوم آن نیز چشم را از سمت راست به سمت چپ هدایت می‌کند. این هدایت چشم در مسیر محرک‌های بصری تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که سعی در خواندن تا پایان نوشته، ادامه داشته باشد. به‌نوعی باتوجه به اینکه اثراتی از ورود و خروج اجزای نوشتار در کادر مشاهده می‌شود، بنابراین می‌توان جنبش عناصر نوشتاری را در طول صفحه، حس کرد. شایان ذکر است که ادراک تایپوگرافی در این پوستر، فقط براساس ویژگی‌های مذکور، حاصل نمی‌شود. چرا که تأثیر قرارگیری عناصر حرفی نزدیک به هم و شبیه به هم باعث می‌شود تا بر اساس اصل مجاورت و اصل مشابهت ادراک واحدی اتفاق افتد؛ این خصوصیات فرمی و شکلی، محرک‌های بصری را



تصویر ۱۰. سمت چپ: خط ممتد، طراح: بهرام جوانبخت، ۱۳۸۶ (منبع: URL۵)



تصویر ۹. سمت راست: عدالت اجتماعی، طراح: کوروش پارسائزاد (منبع: URL۱۴)

ضمنی اجتماع در عنوان پوستر، اشاره داشته باشد.

در تصویر شماره ۱۰ ارتباط‌دهی اجزای تایپوگرافی، بیشتر براساس هم‌سو بودن و هم‌مسیر بودن عناصر نوشتاری در دو جهت عمودی و افقی کادر بصری نمود پیدا کرده. در بخش راست و چپ فضای پوستر، عناصر نوشتاری به صورت غیر یکنواخت در جهت موازی با هم تحرک پیدا کرده‌اند؛ به نوعی روابط آن‌ها توسط چشم، تا لبه‌های کادر بالا و پایین که حالت ورود و خروج دارند، در یک گروه به هم پیوسته، پیگیری و دنبال می‌شود. این القای حرکت به سبب گروه‌بندی عناصر نوشتاری هم‌رنگ، هم‌شکل و هم‌جهت در محور افقی صفحه، حس می‌شود که برقراری اصل مشابهت و اصل موازات را نشان می‌دهد. امتداد و پیوستگی حروف در میانه عنوان اصلی (خط ممتد) و سپس هم‌مسیر شدن عنوان انگلیسی در بین آن، نوعی پیوند و پیوست را ایجاد کرده؛ این ویژگی متکی به اصل پیوستگی و اصل سرنوشت مشترک نیز چشم را در جهت عمودی و از بالا به پایین، جهت می‌راند. همین‌طور این خاصیت پیگیری چشم بر مبنای پدیده سکاد و عادت به خواندن نوشتار فارسی از سمت راست میسر می‌گردد. بنابراین با گردش چشم از بالا به پایین صفحه، برای دنبال کردن رنگ زرد و عناصر وابسته به آن، معنایی از این موقعیت بصری، ادراک می‌شود؛ این معنای بصری نیز ارتباط مستقیمی با عنوان پوستر که «خط ممتد» نام دارد، برقرار نموده است.

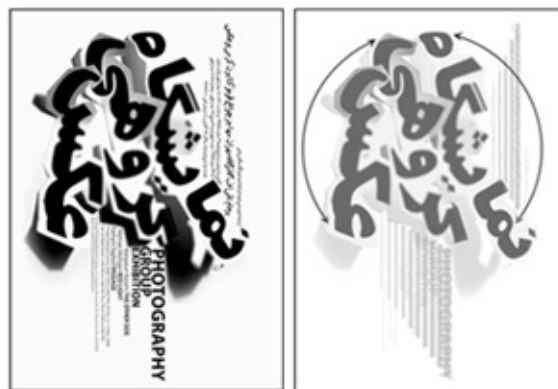
در تصویر شماره ۱۱ چند عامل مهم در ارتباط میان عناصر ساختاری تایپوگرافی، به‌طور هم‌زمان تأثیرگذارند. در واقع بنابر اصل فراپوشاندگی، مجموعه عناصر نوشتاری کوچک‌تر، تابع مجموعه‌ای بزرگ‌تر در قالب یک کل سازمان‌یافته ادراک می‌شوند. در چند بخش مختلف، گروه‌های نوشتاری هم‌اندازه،

قابل خواندن می‌کند. همچنین تأثیر اصل مشابهت و اصل عنصر متصل در سازمان ادراکی انسان سبب می‌شود تا مسیر حرکت عناصر حرفی توسط چشم دنبال شود و سپس پیوند بصری میان آن‌ها برای برقراری ارتباط بصری معنادار میسر گردد.

در تصویر شماره ۹، تایپوگرافی با یک تقسیم‌بندی بصری متعادل و متوازن، صورت بصری پیدا کرده است. به‌نوعی، استفاده از خط کوفی بنایی با حرکت هندسی و زوایای شکسته، ظرفیتی را برای شبکه‌بندی عناصر حرفی و شکلی ایجاد نموده است. بهره‌گیری از ظرفیت بیانی و هندسی نوشتار و نوع نقطه‌گذاری در آن، سبب شده تا تقارن بازتابی به‌صورت کاملاً برابر و هم‌وزن در پوستر ایجاد شود. این خصوصیات براساس اصل تقارن، شرایط ادراک را در یک محور متقارن، ساده کرده است؛ به طوری که ذهن ما در برخورد با این پوستر، مشتاق به گروه‌بندی عناصر قرینه است. این قرینگی در محدوده میانی، شامل عنوان اصلی پوستر و در محدوده راست و چپ، شامل نقاط هم‌سوی سیاه و سفید است. در محدوده میانی، فرم‌های همسان حروف و هم‌مسیر بودن عناصر نوشتاری، تابع اصل موازات و اصل مشابهت باعث شده تا تمرکز بصری در راستای عمودی صفحه برقرار باشد. با برقراری اصول مذکور، گروه‌های بصری همگون در تمام صفحه غالب است و نوعی اعتدال و توازن را القاء می‌کند. این ویژگی‌های گروه‌بندی شده نیز معنا و مفهوم ضمنی از عدالت و مساوات را منعکس می‌نماید. باید افزود براساس اصل موازات و اصل سرنوشت مشترک، نقاط مشبک راست و چپ فضای پوستر در چند جهت هم‌سو، جهت‌گیری و حرکت بصری را دارا می‌باشند؛ این ویژگی بصری، ضمن تأکید بصری بر عنوان پوستر، می‌تواند اجتماع بصری و به تبع آن به مفهوم



تصویر ۱۲. سمت چپ: ما اینجا خوشیم، طراح: بهراد جوانبخش، ۱۳۸۶ (منبع: URL۸)



تصویر ۱۱. سمت راست: نمایشگاه گروهی عکس، طراح: پدرام حربی، ۱۳۸۶ (منبع: URL۱۵)

اما در این پوستر چند اصل دیگر از اصول گروه‌بندی نیز ادراک را جهت می‌دهد. نزدیک کردن حروف برای ایجاد تجمع، اصل پیوستگی را در پی دارد؛ تغییر وزن و اندازه حروف در گروه‌های مشابه به‌منظور تفکیک و درجه‌بندی اهمیت نوشتار، اصل مشابهت را نشان می‌دهد. همچنین، هم‌جهت بودن، نزدیکی و اتصال عناصر نوشتاری به‌منظور دسته‌بندی عناصر وابسته، از اصل موازات، مجاورت و اصل عنصر متصل پیروی می‌کند. این خصوصیات بصری، نوعی نقطه تمرکز را ایجاد کرده تا مفاهیم بصری حاصل از آن، به نقطه‌ای - محدود‌ای یا جایی از پوستر اشاره داشته باشد؛ چراکه عنوان پوستر "ما اینجا خوشیم" است و برای نزدیک شدن به معنای عنوان، این نوع گروه‌بندی نقش بسزایی داشته است.

در تصویر شماره ۱۳ تایپوگرافی اصلی تحت عنوان "سی‌ما" با عناصر نوشتاری متصل شکل گرفته است. در واقع ساختار بصری حروف و کلمات بر پایه اتصال و پیوندهای نوشتاری اتفاق افتاده؛ پیوستگی و اتصال عناصر حرفی در فضای مثبت و منفی پوستر، تابع اصل عنصر متصل، یک گروه نوشتاری سیال را صورت بخشیده است. آنچه پیوندهای بصری حروف را در تایپوگرافی پوستر، ملموس و خوانا می‌کند، به واسطه فرم و شکل کشیده حروف و همچنین دوایر، دندانه‌ها و سطح و دور در حروف است. اما به طور کلی، خوانش بصری با توجه به خصوصیات مذکور نیز بنابر اصل پیوستگی و یکپارچگی رخ می‌دهد. به عبارتی ذهن انسان بر اساس سازمان ادراکی، تلاش می‌کند تا جای خالی حروف و بخش‌های حذف شده را با عناصر آشنا و مرتبط از حروف پر کند. افزون بر این، بنابر اصل مشابهت، عناصر نوشتاری فرعی با اندازه کوچک‌تر و شکلی مشابه و هم‌اندازه، یک گروه‌بندی مجزا را تشکیل داده‌اند. این گروه

لی‌اوت^{۲۷} شده‌اند که براساس اصل مشابهت، ذهن تمایل به گروه‌بندی آن‌ها دارد. علاوه بر این، عناصر نوشتاری در دو جهت مخالف، یکی در جهت بالای پوستر و یکی در جهت پایین پوستر لی‌اوت شده‌اند؛ که این هم‌سو بودن و هم‌جهت بودن، هر کدام بر پایه اصل مجاورت، اصل موازات و اصل سرنوشت مشترک، پویایی و وزن بصری را در سمت و سویی از فضای پوستر تقسیم نموده است. به نوعی گروه‌بندی‌های غالب‌تر یا متمایزتر، اهمیت و اولویت دیداری آن‌ها را مشخص می‌کند. اما در این میان عنوان پوستر با نام «نمایشگاه گروهی عکس» با بزرگنمایی بیش‌تری، فضای پوستر را اشغال کرده تا تمرکز و توجه نسبت به آن بیش‌تر باشد. همین‌طور براساس اصل پیوستگی و اصل عنصر متصل، بخش‌های مختلف عنوان پوستر، به یکدیگر مرتبط شده و در کنار دیگر عناصر نوشتاری، نوعی هماوایی بصری را برای ایجاد ترکیب‌بندی مدور ایجاد نموده است. بدین‌ترتیب در نهایت تمامی اصول یافت شده، در پرتو گشتالت جامع‌تری قرار می‌گیرند تا پراگمانس^{۲۸} قوی‌تری حاصل شود. شایان ذکر است، عامل تنوع و انعطاف تایپوگرافی این پوستر، از پیوستگی و اتصالات حروف، نوع اسکلت‌بندی و کشیدگی حروف نیز نشأت می‌گیرد.

در تصویر شماره ۱۲ تایپوگرافی به واسطه خصوصیتی همچون تجمع نوشتاری با هدف ایجاد تمرکز بصری در محدوده‌ای از صفحه، انرژی بصری آزاد کرده است. متمرکز شدن عناصر نوشتاری در یک ناحیه محصور، سبب می‌شود تا در یک گروه‌بندی ادراک شوند، و این از اصل منطقه مشترک تبعیت می‌کند. این انباشتگی حروف در نقطه‌ای خاص که وزن بصری ایجاد کرده است، توجه را هم به دنبال خواهد داشت.



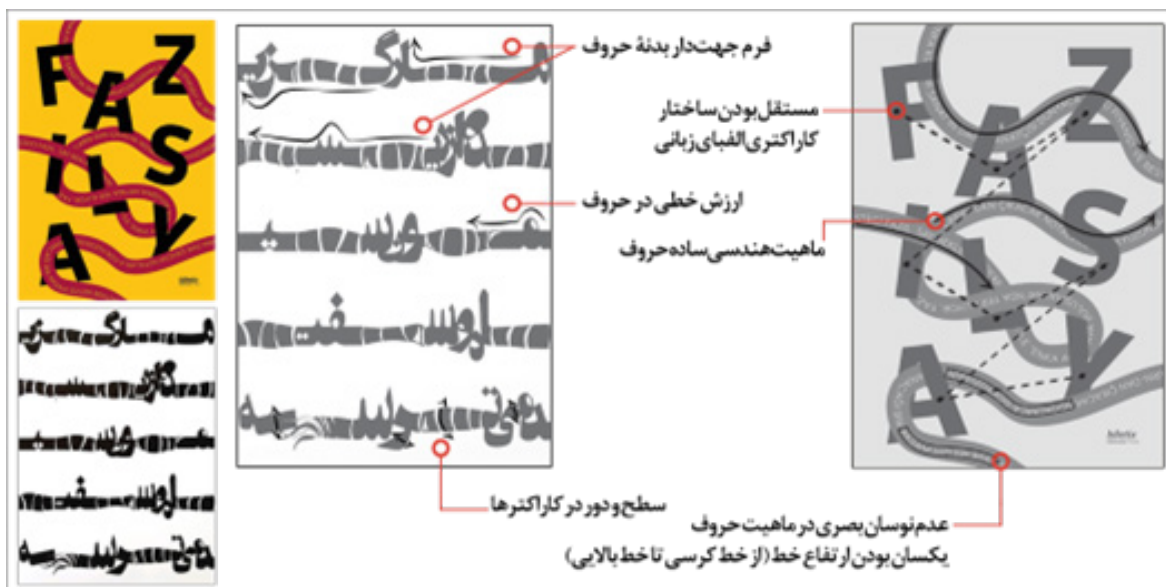
تصویر ۱۳. سی، ما، طراح: رضا عابدینی، ۱۳۸۴ (منبع: URL ۱۳)

نوشتاری مشابه با اینکه به اجزای دیگر پیوند خورده، مانعی در ادراک و خوانش بصری ایجاد نمی‌کنند. علت آن این است که با دو جهت متفاوت سازماندهی شده که بر اساس اصل سرنوشت مشترک و اصل موازات، هرکدام به طور مجزا با برخورداری از جهت‌دهی بصری، قابل تفکیک هستند؛ اما به طور کلی بر پایه اصل فراپوشاندگی در قالب یک کل معنادار به ادراک می‌رسند.

جدول ۳. چکیده‌ای از میزان برقراری اصول گروه‌بندی ادراکی در نمونه‌ها - (منبع: نگارنده، ۱۴۰۳).

(اصول ادراکی و سازمانی غالب (مسلط) با پراگمانس قوی و اصول ادراکی و سازمانی مکمل با پراگمانس متوسط و ضعیف)

شماره تصویر	اصول ادراکی و سازمانی غالب (پراگمانس قوی)	برقراری اصول ادراکی و سازمانی مکمل (پراگمانس متوسط و ضعیف)
۳	اصل نقش و زمینه	اصل مجاورت، پیوستگی، عنصر متصل، فراپوشاندگی، نقش و زمینه، اصل فراپوشاندگی
۴	اصل مشابهت	اصل موازات، پیوستگی، عنصر متصل، نقش و زمینه
۵	اصل مجاورت	اصل منطقه مشترک، مشابهت، فراپوشاندگی، نقش و زمینه، اصل فراپوشاندگی
۶	اصل یکپارچگی	اصل نقش و زمینه
۷	اصل پیوستگی	مجاورت، مشابهت، نقش و زمینه، سرنوشت مشترک
۸	اصل سرنوشت مشترک	اصل مشابهت، پیوستگی، مجاورت، عنصر متصل، سرنوشت مشترک، نقش و زمینه، اصل فراپوشاندگی
۹	اصل تقارن	اصل موازات، پیوستگی، سرنوشت مشترک، مشابهت، نقش و زمینه، اصل فراپوشاندگی
۱۰	اصل موازات	اصل مجاورت، پیوستگی، مشابهت، سرنوشت مشترک، نقش و زمینه، اصل فراپوشاندگی
۱۱	اصل فراپوشاندگی	اصل مشابهت، مجاورت، پیوستگی، سرنوشت مشترک، موازات، عنصر متصل، نقش و زمینه
۱۲	اصل منطقه مشترک	اصل مجاورت، پیوستگی، مشابهت، عنصر متصل، موازات، نقش و زمینه
۱۳	اصل عنصر متصل	اصل پیوستگی، سرنوشت مشترک، مشابهت، موازات، یکپارچگی، نقش و زمینه، اصل فراپوشاندگی



تصویر ۱۴. بالا: Fazil Say، پوستر برگزاری کنسرت موسیقی کلاسیک، تحلیل بصری پوستر از نگارنده (منبع: URL^۲)

تعدادی از این پوسترها با نمونه‌های غیرفارسی که از اصول گروه‌بندی ادراکی و ساختار مشابهی با نمونه‌های منتخب برخوردار هستند، مقایسه می‌شوند.

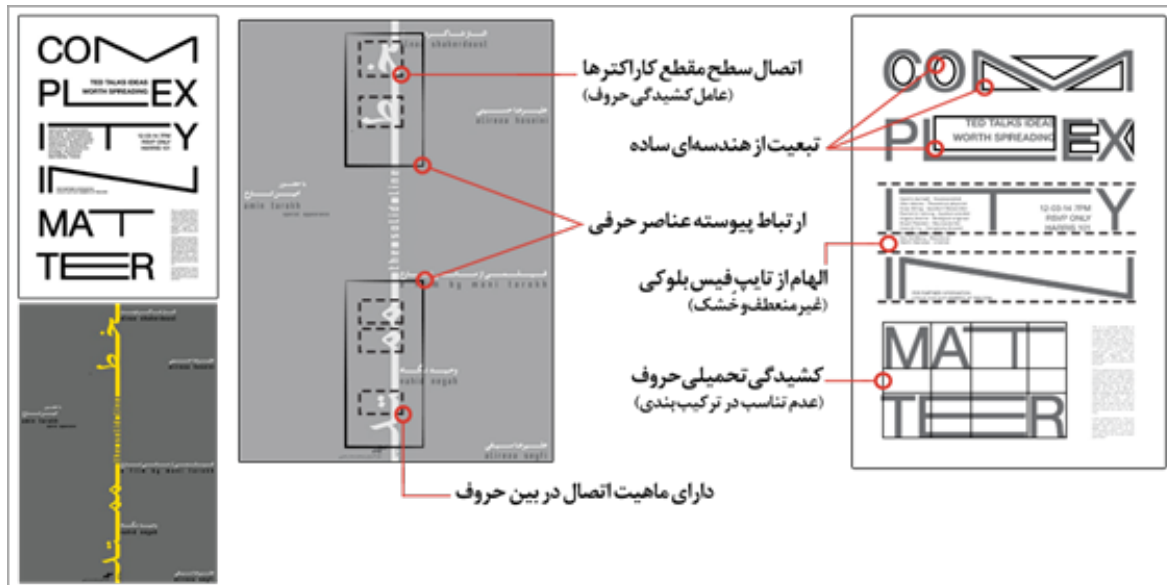
پیوستگی و انعطاف بصری حروف در نقش تصویر: در پوستر فارسی (تصویر ۱۴، پائین)، فرم جهت‌دار بدنه حروف و همچنین سطح و دور در کاراکترها^۹، شرایطی را فراهم کرده‌اند تا بتوان

مقایسه و وجه تمایز تایپوگرافی فارسی در نمونه پوسترها

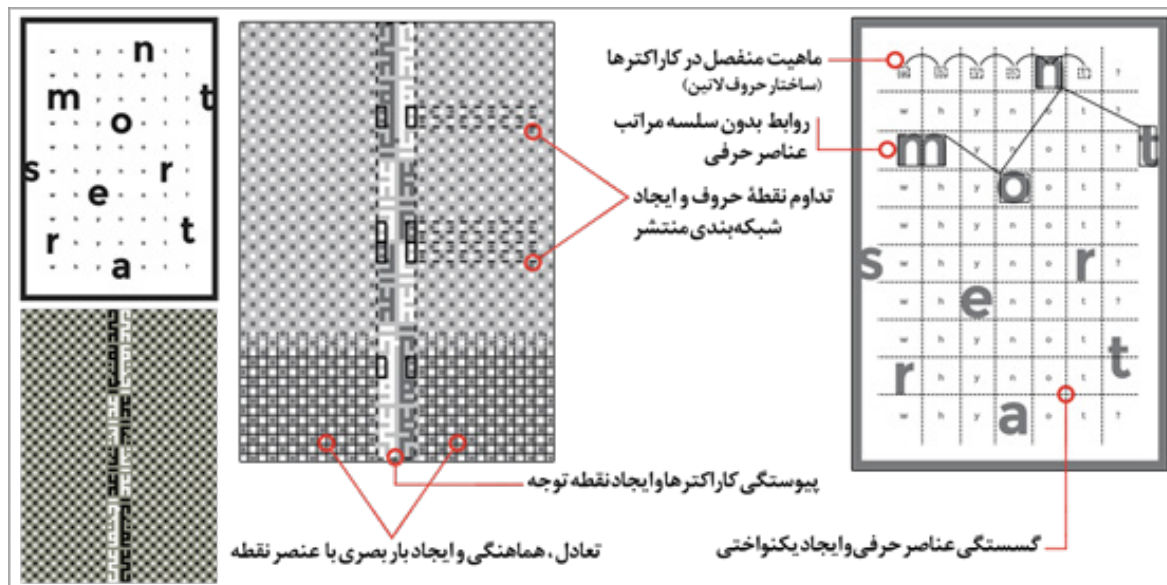
اینک باید اذعان داشت، در تجزیه و تحلیل نمونه‌ها، قابلیت‌های فرمی و بصری حروف فارسی در شکل‌دهی تایپوگرافی و همچنین شکل‌پذیری شخصیت موضوعی پوستر موثر بوده است. بنابراین به‌منظور دستیابی به وجه تمایز تایپوگرافی فارسی که اجزای تشکیل‌دهنده آن حروف فارسی است،



تصویر ۱۵. بالا: Jam، پوستر اطلاع رسانی و دعوت به یک رویداد، تحلیل بصری پوستر از نگارنده (منبع: URL^۹)



تصویر ۱۶. بالا: TED، پوستر معرفی یک رویداد، تحلیل بصری پوستر از نگارنده (منبع: URL^۳)



تصویر ۱۷. بالا: Montserrat, why not?، طراح: جورجیو استفانونی، پوستر برای ادای احترام به جولیتا اولانوفسکی طراح تایپ فیس مونتراست، تحلیل بصری پوستر از نگارنده (منبع: URL^۴)

اما در پوستر غیرفارسی (تصویر ۱۴، بالا)، به علت مستقل بودن ساختار کاراکتری الفبای زبانی (الفبای لاتین)، فقط می‌توان مسیر بصری و سلسله مراتب بصری حروف را با هدف خواندن عنوان پوستر، دنبال کرد.

اتصال سیال حروف و مطلوبیت بصری: در پوستر فارسی (تصویر ۱۵، پایین)، به واسطه خاصیت

آن‌ها را در مسیری مشخص با شکل و فرمی خاص سازماندهی کرد؛ از این‌رو به‌واسطه این قابلیت، می‌توان وجه تصویری بخشیدن به عناصر نوشتاری را نیز دنبال و پیگیری کرد. در این‌راستا پیوند عناصر حرفی، ارزش خطی و اتصالات حروف- در شکل‌گیری تصویری تایپوگرافی و شخصیت‌بخشی به آن، تأثیرگذار بوده است.

نموده است.

در پوستر غیرفارسی (تصویر ۱۷، بالا)، ساختار بصری منفصل کاراکترها که ماهیت حروف لاتین است، سبب شده تا شبکه‌بندی نوشتاری منقطع و ناپیوسته در پوستر غالب باشد. این عوامل باعث شده است تا تایپوگرافی در فضای پوستر با گسستگی اجزاء، یکنواخت به‌نظر برسد.

نتیجه‌گیری

از آنجایی که نتایج باید در مسیر پاسخ به سوالات پژوهش و بر مبنای روش پژوهش بیان شود، ابتدا سوالات پژوهش مطرح می‌شود و سپس نتایج کلی و جزئی ذکر خواهد شد. سوال پژوهش این است که تایپوگرافی در پوسترهای معاصر ایران، از منظر اصول گروه‌بندی ادراکی، دارای چه ویژگی‌هایی است؟ و حاصل آن از نظر بصری و معنایی چگونه است؟ ابتدا باید گفت روش پژوهش بر مبنای رویکردی روان‌شناسانه شکل گرفته است؛ بنابراین در فرآیند شکل‌گیری آن، دانشمندان به صورت علمی در پی دستیابی به ماهیت ذاتی بینایی انسان و طبقه‌بندی گسترده‌ای از اصول گروه‌بندی ادراکی، بر اساس سازمان ادراکی انسان بوده‌اند. از این‌رو ابزار تحلیلی پژوهش بر پایه اصول و قوانین ادراک دیداری، شامل یازده اصل از اصول گروه‌بندی ادراکی می‌باشد؛ و سنجش نمونه‌ها بر اساس مفاهیم اصل هم‌شکلی ذهنی-مغزی (شباهت طرح‌های ادراکی و طرح‌های فعالیت مغز) انجام می‌شود که در قالب قانون پراگماتیک (کمال‌پذیری) توصیف می‌شود.

نتایج به‌دست آمده بر اساس ابزار سنجش نمونه‌ها حاکی از آن است که پوستر به عنوان بافتار بیانی، میدان و فضایی را برای تایپوگرافی و اجزای آن، ایجاد کرده است که ادراک و دریافت معنا در درجه اول بر مبنای کل فضای پوستر اتفاق می‌افتد. چرا که انرژی بصری با توجه به محدوده کادر، توزیع و تقسیم می‌شود و به تبع آن، ادراک از کل فضای پوستر آغاز می‌شود. به عبارتی، بر اساس پدیده سکاد و گردش چشم، آنچه در پلان اول خود را نشان می‌دهد، نسبت به محدوده فضایی پوستر، مورد سنجش قرار می‌گیرد. این یعنی بر مبنای اصول ادراکی، تایپوگرافی همراه با دیگر اجزای تشکیل‌دهنده‌اش، در یک واحد ادراکی دیده می‌شود؛ سپس با توجه به اینکه طراح با برقراری ویژگی‌ها و گروه‌بندی‌های بصری، چه اولویت دیداری‌ای را تعیین کرده باشد، توجه به آن بخش نیز جلب می‌شود. این ویژگی‌ها نشان دهنده آن است که اغلب طراحان به دنبال گروه‌بندی ادراکی بزرگ و کامل هستند تا واحدهای ادراکی کوچک‌تر، در پرتو آن باشند؛ این ایده و نگرش نیز از اصل فراپوشاندگی تبعیت می‌کند.

پیوستگی کاراکترهای متصل و حرکت‌های کشیده در جهت افقی و امتداد یافته حروف، چنانچه بخشی از آن حذف شود، تداعی آن و نیز خوانایی با سهولت اتفاق می‌افتد. ضمن اینکه حرکت‌های صعودی و نزولی در نگارش تایپوگرافی فارسی، به آن قابلیت بخشیده که در فضای پوستر، مطلوبیت بصری و فرمی ایجاد شده است.

در پوستر غیرفارسی (تصویر ۱۵، بالا)، به علت اینکه ساختار کاراکترهای نوشتاری از یک هندسه منجمد و قالب‌گونه با رانش و نوسان حرکتی جزئی و عمدتاً از خط اسکلتی عمودی و منحنی تبعیت می‌کند، بنابراین هم‌آمیزی و پیوستگی حروف در تایپوگرافی این پوستر، فضای چندان متمایزی را ایجاد نکرده است. از طرفی، ادغام و پیوستگی بیش از حد حروف، خوانایی آن را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

فرم حروف، کشیدگی آن و ایجاد مفهوم:

در پوستر فارسی (تصویر ۱۶، پایین)، کشیدگی در تایپوگرافی در جهت ایجاد معنا، شرايطی را فراهم نموده که سبب شده تا مفهوم واژه‌ای تایپوگرافی در فضای پوستر، وجه تصویری پیدا کند. این نمود بصری بر پایه قابلیت کشیدگی در سطح مقطع کاراکترهای متصل (ابتدا و وسط) میسر گردیده که منجر به اتصال دو یا چند حرف در یک مسیر (حرکت افقی حروف) می‌شود.

در پوستر غیرفارسی (تصویر ۱۶، بالا)، کشیدگی در حروف به یک شکل نامتناسب و خشک بدل شده؛ چرا که اجزای تایپوگرافی از هندسه‌ای ساده تبعیت می‌کند و در تغییر بصری برخی حروف از تایپو فیس بلوکی الهام گرفته شده که شیوه‌ای بیش از حد مکانیکی به شمار می‌رود. باید افزود، آناتومی^{۲۰} و فیزیولوژی^{۲۱} کاراکترهای لاتین به علت خاصیت غیرمنعطفی که دارند، به‌ندرت می‌توان کشیدگی‌های افقی برای آن‌ها قائل شد؛ بنابراین با تحمیل کشیدگی در حروف، نتایج نامطوبعی به دست می‌آید.

عنصر نقطه در حروف و ایجاد وزن و مفهوم

بصری: در پوستر فارسی (تصویر ۱۷، پایین)، «نقطه» با فرم و قالب خط کوفی بنایی، نقش بصری شبکه‌بندی شده‌ای ایجاد کرده است. به نوعی عنصر نقطه در اینجا، هم جزئی از ترکیب‌بندی محسوب می‌شود و هم اجزایی از حروف در تایپوگرافی است. در تایپوگرافی این پوستر «نقطه» علاوه بر نقش نگارشی‌اش به جهت خوانایی حروف، امکانی را نیز در تایپوگرافی با هدف ایجاد تعادل بصری، هماهنگی بصری و بار بصری فراهم کرده است. همچنین پیوستگی کاراکترهای نوشتاری، از لحاظ تنوع فرمی و نقطه‌توجه، ارزش افزوده‌ای را برای پوستر ایجاد

آنچه از طریق یافته‌های پژوهش نتیجه می‌شود، این است که در تمامی پوسترها، با بزرگنمایی یک واژه (یا عبارت) و تغییر نامتعارف در شکل بصری آن، شرایط و موقعیتی فراهم شده تا عنصر نوشتاری با اهمیت، بیش‌ترین جلوه را داشته باشد. این تغییرات شامل: تغییر اندازه، تغییر شکل، رنگ و تکرار است. اغلب به منظور برقراری این ویژگی‌های بصری، عنصر نوشتاری اصلی و مهم تابع اصل نقش و زمینه نمود پیدا کرده است. افزون بر این در اغلب پوسترها، گروه‌های نوشتاری و بصری که در اولویت دیداری بعدی هستند، بر اساس مجموعه‌ای از ویژگی‌های بصری، مورد تغییر قرار گرفته‌اند. علت آن این است که در برخی از پوسترها قصد طراح این بوده تا عناصر نوشتاری فرعی، به لحاظ اهمیت، درجه‌بندی شوند؛ و در برخی پوسترها هدف آن بوده تا عناصر نوشتاری و بصری فرعی شرایط بصری خاصی ایجاد کنند تا عنوان پوستر و عنصر نوشتاری اصلی بیشتر مورد تمرکز و تأکید قرار گیرد. این شرایط و چیدمان بصری بر اساس اصل پیوستگی، اصل مجاورت، اصل عنصر متصل و اصل مشابهت، به وجود آورنده کشش بصری، ریتم بصری، تداوم بصری و جهت‌گیری بصری معنادار شده است.

ایده اصلی پوسترها بیشتر در جهت ایجاد "نقطه توجه" است و پیام بصری پوستر هم نیز در آن بخش متمرکز شده. به‌نوعی، معنای بصری تایپوگرافی در پوسترها مورد اهمیت قرار گرفته و مشمول تغییرات بصری مفهومی می‌شوند؛ تا به معنای بصری واژه یا عبارت نزدیک شوند. در راستای این اهداف، معمولاً یک محدوده یا ناحیه از فضای پوستر، بیشترین اهمیت را پیدا می‌کند. به همین علت، آن بخش از پوستر، تایپوگرافی اصلی قرار می‌گیرد و ویژگی‌های بصری آن محدوده اغلب بر اساس اصل منطقه مشترک، اصل سرنوشت مشترک و اصل یکپارچگی سازماندهی شده است؛ بدین ترتیب تأثیرات بصری حاصل از آن شامل: تمرکز بصری، حرکت بصری و تکمیل بصری می‌باشد تا شرایط جلب توجه به آن نقاط مدنظر، فراهم گردد.

باید گفت، این تحقیق ضمن آگاهی‌بخشی و ایجاد شناخت بر پایه نظریه و عمل توانسته یک الگوی نگرشی و عملی را زمینه‌سازی کند؛ چنین الگو و روشی، برآن است تا ساز و کار نظام‌مندی را جهت سازماندهی و انتقال هدفمند معنا، ارائه دهد. بدین ترتیب طی روند پژوهش و بررسی فرایندهای وابسته به حوزه طراحی تایپوگرافی، برآیند سلسله مراتبی از تحقیق پیش‌رو به‌دست آمده که بدین شرح است:

۱- در این پژوهش اهمیت تمهیدات بصری، جهت ارتباط‌دهی هدفمند عناصر تشکیل‌دهنده تایپوگرافی،

به‌منظور پیام‌رسانی، مرحله «پیش از طراحی» را در قالب الگویی نگرشی (نگریستن) بررسی می‌نماید؛ شناخت نسبت به چنین فراشد ارتباطی‌ای باعث می‌شود طراح گرافیک بر بسیاری از مشکلات ناشی از چگونگی درک و به‌کارگیری علائم و نشانه‌های معنایی و بیانی تایپوگرافی، فائق آید.

۲- جریان پژوهش، بیان تایپوگرافیک در پوستر و زمینه‌سازی ساختاری و اجزایی با بهره‌گیری از اصول گروه‌بندی ادراکی را مطرح می‌نماید که مرحله «حین طراحی» به شمار می‌رود. مطالعه و اشراف نسبت به چنین اصول و فرآیندی، سبب می‌شود تا «طراح» شیوه ترکیب، تنظیم و چیدمان عناصر حرفی و نوشتاری تایپوگرافی را با روش و اصولی منسجم و نظام‌مند، مبتنی بر روان‌شناسی ادراک و عمل ارگانیک انسان در دیدن، دنبال کند.

۳- ابعاد دیگر پژوهش، منطبق بودن عناصر و اجزای سازنده تایپوگرافی با اصول ادراکی و سازمانی، موسوم به گشتالت را در جهت درک بهتر مخاطب از مقصود و منظور تفکر خالق اثر، افاده می‌کند؛ این رویکرد نیز مرحله «پس از طراحی» را مورد واکاوی قرار داده است. چراکه نحوه تغییر، چیدمان و لی‌اوت عناصر نوشتاری و تصویری با برقراری اصول مذکور، در تعیین نوع دریافت و تفسیر مخاطب از آنچه که می‌بیند، مؤثر است.

بنابراین روند پژوهش و یافته‌های آن می‌تواند ضمن تقویت سطح سواد بصری، در راه آموزش هنر نیز مفید باشد و حتی زمینه‌هایی را جهت روش‌شناسی در حوزه طراحی گرافیک و طراحی تایپوگرافی برای تحقیقات آینده فراهم نماید.

مبانی نظری و ابزار تحلیلی پژوهش حاضر که ماهیت پدیداری آن برخاسته از تحقیقات جامع دانشمندان و متفکران معاصر است، سبب شده تا تحلیل داده‌ها با اتکا به مؤلفه‌های متقن به روش کیفی میسر گردد؛ و اینک یافته‌های تحلیلی و روش‌شناختی، از آن منتج شده است. اما با این حال از محدودیت‌های پژوهش ناگزیریم و محدودیت بخشی از علم است. به‌نوعی می‌توان مسئله پژوهش را به شیوه کمی یا ترکیبی، با روش پیمایشی پیش‌برد تا دیدگاه‌ها، نظرات و رفتارها به‌صورت تعاملی در جامعه‌ای مشخص بررسی شود تا معیارهای ارزیابی عینی و ذهنی مخاطبان هدف، زمینه‌های مقایسه را فراهم آورد؛ بدین ترتیب اطلاعات و داده‌های میدانی، یافته‌های متفاوتی از گروه مخاطبان ارائه می‌دهد، و این رویکرد می‌تواند یک تحقیق مجزا و خاص، با محوریت سنجش ادراک مخاطبان آثار طراحی گرافیک باشد.

13 Figure-ground relationship

14 Similarity

15 Proximity

16 Closure

17 Continuity

18 Common fate

19 Symmetry

20 Parallelism

21 Inclusiveness

22 Common Region

23 Element Connectedness

24 Graphic Design

25 Saccade

26 Planning

27 Layout

28 Pragnanz

29 Character

30 Anatomy

31 Physiology

پی‌نوشت

1 Grapheme

2 Graphic Design

3 Script

۴ در اینجا منظور، خوشنویسی فارسی است.

5 Typography

۶ اصطلاح "طراحی حروف" مشخصاً به مجموعه به هم پیوسته‌ای از کاراکترها که با تکرار و چینش آن‌ها در کنار هم متن تشکیل بشود، اشاره ندارد، و طراحی حروف می‌تواند شامل هر نوعی از طراحی و هر نوعی از حروف باشد. بنابراین "طراحی تایپ (Type Design)" معادل مناسب‌تری برای این اصطلاح است و می‌تواند جایگزین مناسبی برای آن باشد.

۷ Typeface: تایپ‌فیس‌ها حروفی هستند که برای نخستین بار طراحی می‌شوند و در قالب فونت، قلم یا حروف دیجیتال، یک بسته یا مجموعه‌ای از کاراکترها را تشکیل می‌دهند که مقدمه‌ای برای تایپوگرافی به شمار می‌روند (چارثی، ۱۳۹۲: ۳۱).

8 Context

9 Max Wertheimer (1880-1943)

۱۰ قانون پراگناز/پراگماتیک یا قانون ممتاز ساختن، قانونی است که برطبق آن، ذهن تمایل دارد به سمت کمال، سوق پیدا کند و ذهن مایل است با تشکیل ادراک سازمان‌یافته از آشفتگی به ثبات و قطعیت حرکت کند (رمضانی؛ روشن‌فکر، ۱۳۹۵: ۳۴-۳۶).

11 Typographic Expression

12 Gestalt

منابع

- آرنهایم، رودلف (۱۳۹۸). *هنر و ادراک بصری: روانشناسی چشم خلاق*. مترجم: مجید اخگر، چاپ نهم، تهران: انتشارات سمت.
- اتحادمحکم، سحر؛ ناظری، افسانه؛ سبحانی‌فرد، یاسر؛ فرامرزی، سالار (۱۳۹۶). کاربرد قوانین ادراک دیداری گشتالت در طراحی گرافیک بیلبردهای تبلیغاتی (نمونه موردی: بیلبردهای تجاری تهران در سال ۱۳۹۴). *نشریه علمی باغ نظر*، دوره ۱۴، شماره ۵۵، ۷۱-۸۶.
- افضل‌طوسی، عفت‌السادات (۱۳۸۸). *از خوشنویسی تا تایپوگرافی*. تهران: انتشارات هیرمند.
- افشار مهاجر، کامران (۱۳۸۸). کاربرد نظریه ادراک دیداری گشتالت در صفحه‌آرایی کتاب‌های درسی. *نشریه هنرهای زیبا*، دوره ۱، شماره ۴۰، ۳۳-۴۰.
- چارثی، عبدالرضا (۱۳۹۲). *خلاقیت در تایپوگرافی*. تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- حسامی، شیدا؛ امامی‌فر، سیدنظام‌الدین (۱۳۹۸). مطالعه نشانه‌شناختی تصویری در پوستره‌های دهه اخیر با تأکید در بُن‌مایه‌های نگارگری ایرانی. *نشریه پژوهشنامه گرافیک و نقاشی*، دوره ۲، شماره ۲، ۴۳-۵۲.
- رضازاده، طاهر (۱۳۸۷). کاربرد نظریه گشتالت در هنر و طراحی. *ماهنامه آینه خیال*، شماره ۹، ۳۱-۳۷.
- رضوی‌فرد، حسین؛ پورمند، حسنعلی؛ افهمی، رضا (۱۳۹۸). تحلیل فرم و ترکیب‌بندی در خط نستعلیق بر اساس اصول نظریه گشتالت. *نشریه هنرهای زیبا*، دوره ۲۴، شماره ۲، ۲۷-۳۶.

- رضانی، جاوید و روشنفکر، مریم (۱۳۹۵). *چرا؟ چگونه؟ طراحی گرافیک با رویکرد گشتالتی*. چاپ دوم، تهران: انتشارات اشجع.
- سرمدی، صدف؛ شاهچراغی، آزاده؛ کریمی‌فرد، لیلا (۱۳۹۹). فرآیند ادراک منظر بر پایه ادراکات حسی و عقلی. *نشریه علمی باغ نظر*، دوره ۱۷، شماره ۸۸، ۲۷-۳۸.
- سلنتیس، جیسون (۱۳۹۲). *تایپ، فرم و عملکرد: راهنمایی بر اصول تایپوگرافی*. مترجم: نازیلا محمدقلی‌زاده، تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- شاپوریان، رضا (۱۳۸۶). *اصول کلی روانشناسی گشتالت*. تهران: انتشارات رشد.
- فلاحی، فرزانه؛ سلیمانی، بهزاد (۱۳۹۸). مطالعه اثربخشی گشتالت لوگوتایپ‌های تجاری بر مخاطب با پیروی از الگوی آیدا (مورد مطالعه: لوگوتایپ شرکت حریر). *نشریه مبانی نظری هنرهای تجسمی*، دوره ۴، شماره ۲، ۱۵۵-۱۶۴.
- نسل پنج (۱۳۸۵). *منتخب پوسترهای نسل پنجم طراحان گرافیک ایران*. تهران: نشر هفت‌رنگ.
- های‌اسمیت، سایزس (۱۳۹۵). *درون پاراگراف چه می‌گذرد؟*. مترجم: فرزانه آری‌نژاد، تهران: انتشارات مشکی.
- هیلنر، ماتیاس (۱۳۹۵). *تایپوگرافی مجازی*. مترجم: جمشید آراسته، تهران: انتشارات کتاب آبان.

References

- Arnheim, R., (2019). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. translated by: Majid Akhgar, (9th ed), Tehran: Samt Publication, (Text in Persian).
- Brooks, Joseph L. (2015). *Traditional and new principles of perceptual grouping*. In: *Wagemans, Johan, ed. Oxford Handbook of Perceptual Organization*. Oxford Handbook of Perceptual Organization: Oxford University Press, Oxford, UK.
- Chareie, A., (2013). *Creativity in typography*, Tehran: Mirdashti Publication, (Text in Persian).
- Ettehadmohkam, S., Nazeri, A., SobhaniFrad, Y., Faramarzi, S. (2017). "Application Study of Gestalt Visual Perceptual Laws in Advertising Billboard Graphic Design". *Journal of Bagh-e Nazar Research*, 14(55), 71-86. (Text in Persian).
- Hessami, SH., Emami Far, S.N. (2019). "A Semiotic Study of Pictorial Art on Posters of the Last Decade, with an Emphasis on". *Journal of Graphic Arts & Painting Research*, 2(2), 43-52. (Text in Persian).
- Highsmith, C., (2016). *Inside paragraphs : typographic fundamentals*. translated by: Farzaneh Ariannejad, Tehran: Meshki Publication, (Text in Persian).
- Hillner, M., (2016). *Virtual typography*. translated by: Jamshid Arasteh, Tehran: Aban Publication, (Text in Persian).
- Koontz, Nicholas A.; & Richard B. Gunderman. (2008) "Gestalt theory: implications for radiology education". *American Journal of Roentgenology*, 190(5), 1156-1160.
- Malinauskas, Jonas (2018). "Evolution of Gestalt Principles In Contemporary Graphic Design", *9th International Symposium on Graphic Engineering and Design*, Serbia, 525-531.

- Mennan, Zeynep (2009). "From Simple to Complex Configuration: Sustainability of Gestalt Principles of Visual Perception Within the Complexity Paradigm", *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 26(2), 309-323.
- Metwally, Essam (2021). "Achieving the Visual Perception and Gestalt Psychology in Sultan Hassan Mosque Building", *Open Journal of Applied Sciences*, 11(1), 21-40.
- Rezazadeh, T. (2008). "Application of Gestalt theory in art and design". *Journal of Ayeneh Khial*, 9, 31-37. (Text in Persian).
- Ramezani, J., Roshanfekar, M., (2016). *Why? & How? An approach to Graphic Design through gestalt theory of psychology*, (2nd ed), Tehran: Ashja Publication, (Text in Persian).
- Sarmadi, S., Shahcheraghi, A., Karimifard, L. (2020). "Perceiving Landscape Process Based on Sensory and Intellectual Perceptions". *Journal of Bagh-e Nazar Research*, 17(88), 27-38. (Text in Persian).
- Shapourian, R., (2007). *General principles of Gestalt psychology*, Tehran: Roshd Publication, (Text in Persian).
- Tselentis, J., (2013). *Type, form function : a handbook on the fundamentals of typography*. translated by: Nazila Mohammad Qolizadeh, Tehran: Mirdashti Publication, (Text in Persian).
- Wagemans, Johan et al. (2012). "A century of *Gestalt* psychology in visual perception: I. Perceptual grouping and figure-ground organization". *Psychological Bulletin*, 138(6), 1172-1217.
- Zakia, Richard D. (2013). *Perception and imaging: photography - a way of seeing*, Fourth edition, Focal Press, New York, USA.

URLs

- URL1. <http://azadart.gallery>, date access: 24/11/2020.
- URL2. <https://www.behance.net>, date access: 10/09/2024.
- URL3. <https://www.behance.net>, date access: 10/09/2024.
- URL4. <https://www.behance.net>, date access: 10/09/2024.
- URL5. <http://www.javanbakht.ir>, date access: 24/11/2020.
- URL6. <https://m.sj33.cn>, date access: 29/11/2020.
- URL7. <https://www.picuki.com>, date access: 21/11/2020.
- URL8. <https://www.picuki.com>, date access: 21/11/2020.
- URL9. <https://www.pinterest.jp>, date access: 10/09/2024.
- URL10. <http://www.posterpage.ch>, date access: 10/09/2024.
- URL11. <https://www.rezaabedini.com>, date access: 21/11/2020.

URL12. <https://www.rezaabedini.com>, date access: 24/12/2020.

URL13. <https://www.rezaabedini.com>, date access: 29/11/2020.

URL14. <http://www.soore.ac.ir>, date access: 03/12/2020.

URL15. <https://www.typographicposters.com>, date access: 03/12/2020.

URL16. <https://www.usipb.com>, 10/09/2024.

Research Article



<https://arjgap.alzahra.ac.ir/>

Persian Typography as Visual Messenger Media from the Perspective of the Principles of Perceptual Grouping

Abstract:

Problem Statement: The creation and development of script and then calligraphy have contributed to the role of writing in the current flow of contemporary art and graphic design. Persian letters are considered pre-determined and pre-defined shape visual signs, which evolved based on the Persian writing system and alphabet. Through typing or printed letters, font or calligraphy scripts became an expressive tool in the visual arts. Today, Persian typography has reflected beyond a certain writing by the hands of contemporary graphic designers. Typography in today's world is arranged and composed by taking advantage of the countless possibilities and methods of writing, in the framework of formal relationships of letters and within a network of systematic and purposeful relationships so that they carry a special message and meaning in visual-communication contexts. These characteristics have made it a useful visual media. Typography bears distinct and special characteristics compared to normal writing; These characteristics and external and visual features have expanded and developed it as a new art in the modern art era. But now, typography has new expressive and practical aspects considering its media mission and, through communication and visual goals, independently serves graphic design. Also, it appears with different structures and visual features depending on the language and culture of each region or geography, often regardless of context, and efforts are made to recognize its visual values, to elevate this profession and art all around the globe. Therefore, the importance of this issue has made this research relevant. Thus, this research aims to identify the



Mohsen Afrouzi

MA of Visual Communication, School of Architecture and Urban Design Engineering, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran.
mu.ghabra@gmail.com

Date Received: 2024-01-07

Date Accepted: 2024-10-13

1- DOI: 10.22051/pgr.2024.46110.1237

visual relationships between letters and writing in a communication platform such as a poster from the perspective of “perceptual grouping principles” to achieve and discover the visual and semantic features of Persian typography. These holistic principles and holistic approach (from whole to part perceptual experience) refer to the state of formation of some visual and image characteristics that lead to grouping between elements and components. This leveled classification indicates how our visual system perceives visual stimulants. These multiple classifications are laws of human perception, describing how humans group similar elements, recognize patterns, and simplify complex images when perceiving objects. Following the research aims and its importance, regarding the necessity and importance of the element of writing in the form of typography and its media appearance, which is the visual explanation of speech, the author looked for an accurate and fundamental methodology for encountering “visual expression through typography”. Overall, this research aims to lead graphic designers to obtain principles and methods that rely on knowledge and new theories in typographic expression.

Research Questions: The question of the present research is, what are the features of typography in contemporary posters of Iran, from the perspective of the principles of perceptual grouping? And how is its result in visual and semantic terms? The author aims to apply descriptive and analytical methods to qualitatively carry out the research problem by using observation tools and investigate and explain this issue with perceptual grouping methods and principles. The statistical population of the research is made of Iranian contemporary typography posters, and the sample measuring tool included eleven principles of perceptual grouping (classical and new principles).

Method: It must be noted that in the research method, which is based on “principles of perceptual grouping,” there is an approach that sees the human mind and

behavior as a “whole”. It indicates that we don’t simply focus on each small component in the world surrounding us but see it as a whole. The research samples are analyzed considering this approach and using the research analytical tools. It must be stated that the principles of classical grouping included: figure-ground relationships, similarity, proximity, closure, continuity, common fate, symmetry, and the principle of parallelism. Some of the mentioned principles were dominantly used for a long time in the 20th century, and others have been gradually derived and generalized in integration with the original principles; Also, new grouping principles include: inclusiveness, common region, and element connectedness. Generally, this research is based on a scientific theory based on the experimental facts of psychology, which aims to apply and generalize this theory in visual communication, and specifically the design and expression of typography in posters; so that, while examining and explaining the capabilities of this approach, focused on the fields of its application. Therefore, research samples were selected by the author using a non-probability method. Each sample has been selected based on the descriptive characteristics of each principle of perceptual grouping that has the most expression in the typography of a poster. Meaning, to exemplify every principle of visual perception, the criterion of selecting samples has been purposefully done by the heterogeneous selection method; This method has been conducted aiming to study, analyze, and match the component and content relationships of typographic posters. In other words, this research has a theoretical and analytical model that presents measurable information and data by adjusting the method and principles of perceptual grouping to the typography of posters. Therefore, the current research is fundamental and has theoretically addressed the research problem.

Findings and Results: The results obtained through sample measurement tools indicated that, based on the saccade

and eye movement phenomenon, what initially presented itself in the first plan is assessed relative to the spatial limits of the poster. This meant that, according to perceptual principles, typography, along with its other components, is perceived as a “perceptual unit.” Then, depending on the visual property determined by the designer by establishing features and visual grouping, attention is drawn to that area. The main findings of this research indicate that for the purpose of transferring message, most designers seek a large and complete perceptual grouping that includes smaller perceptual units within it. Also, grouping typographic elements for “visual prioritization” and “creating focusing points” is important. The reason behind this is that in some posters, the designer has intended to rate secondary writing elements by importance; in others, the goal has been to create specific visual conditions for secondary writing elements to emphasize the poster’s title and main writing element. These conditions and visual arrangements are based on principles such as continuity, proximity, connectedness, and similarity, and generate visual attraction, rhythm, continuity, and meaningful orientation. Furthermore, the primary idea behind posters aims to focus on creating a “focusing point,” and the visual message is concentrated in that area. To achieve these goals, one region or area of the poster often gains the most importance. Thus, this part of the poster becomes the main typography area whose visual characteristics were often organized according to principles like common region, common fate, and closure; therefore, its visual results include: visual focus, visual movement, and visual completion aimed at drawing attention to the intended points. It should be noted that besides raising awareness and creation of understanding based on theory and practice, this research also established an attitude and practical pattern to explain the “pre-design,” “during-design,” and “post-design” stages within graphic design by relying on psychology and human organic processes in perception.

Keywords: Persian Typography, Visual Media, Perceptual Grouping Principles, Visual Organization