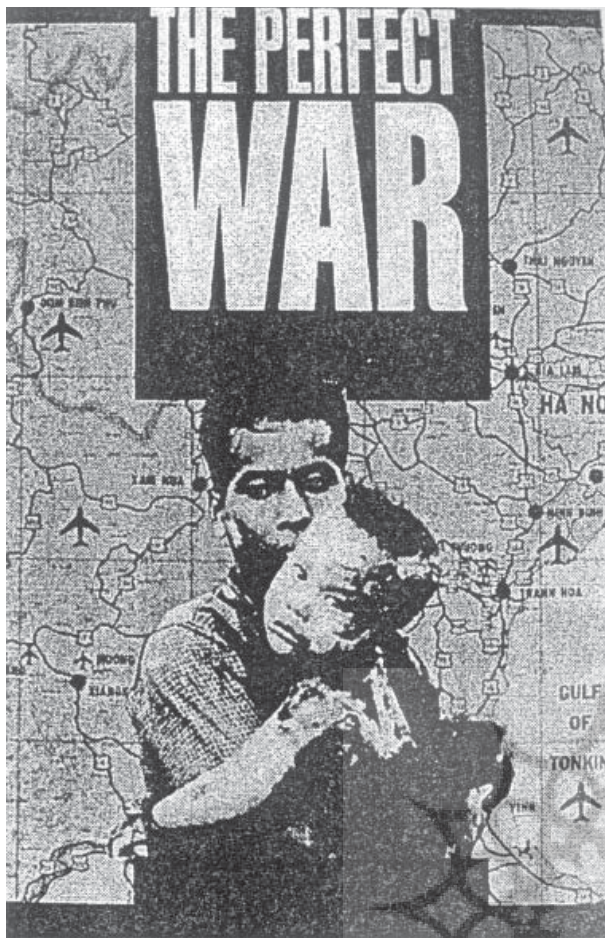


پیوند کلمه و تصویر

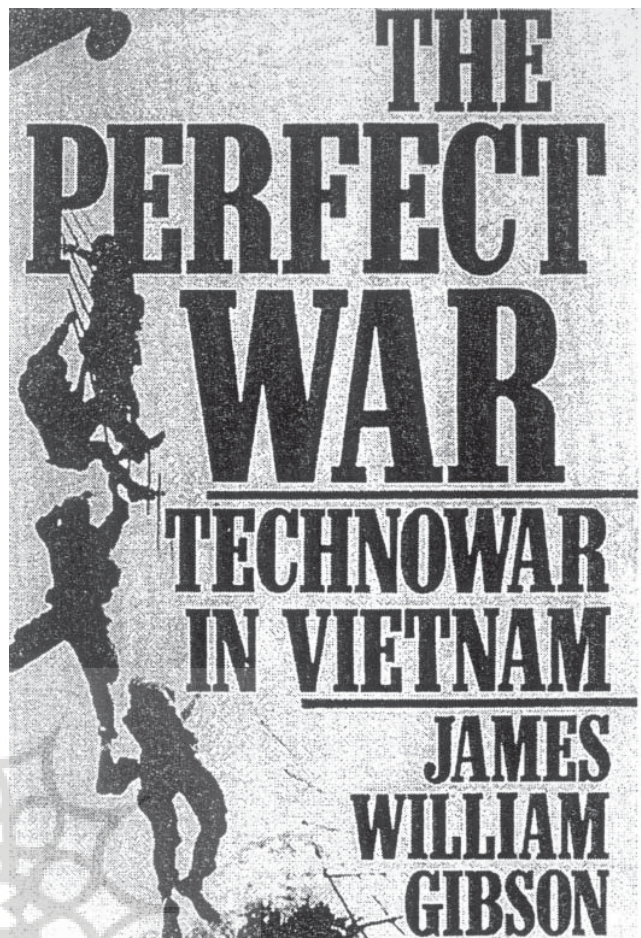
منوچهر رخشان



طراحان گرافیک هنگامی که کلمات و تصاویر را برای ایجاد پیام بصری با هم ترکیب می‌کنند، باید ابتدا دو مشکل را از پیش رو بردارند. نخست سازماندهی بصری کار، به این معنا که دو سیستم ارتباطی کاملاً متفاوت - علائم و نمادهای زبانی و تصاویر - باید به صورت یک کل منسجم درآیند. مشکل دوم ساختن یک پیام است و اینکه چگونه این دو سیستم ارتباطی متفاوت برای ایجاد یک پیام، به هم پیوسته و به یک معنا و مفهوم استحکام می‌بخشند؟



۲



۱

تأثیر متقابل کلمه و تصویر:

در گذشته، نوشتار بر تصویر غالب بوده است. گرچه این اصل را نیز هنوز می‌توان در برخی آثار مشاهده نمود، اما اساساً تعداد گرافیک‌هایی که به این شیوه عمل کرده و پیرو این اصل هستند بسیار اندک است. قرن بیستم با پیشرفت‌های سریع و ایجاد دنیای اطلاعات، این قاعده را کاملاً تغییر داده است.

در نتیجه‌ی یک تغییر تاریخی، نوشتار و متن به صورت یک پیام تقویت کننده برای روشن نمودن معنای تصاویر عمل می‌کنند. رونالد بارنز^۱ می‌گوید: «در گذشته عکس‌ها متن را به تصویر می‌کشیدند، امروزه نوشتار تصاویر را باخود حمل می‌کند و تصویر را با فرهنگ و تصورات آمیخته می‌سازد»^۲

متن و نوشتار وسیله‌ای است برای تغییر معنی تصویر یا تشریح آن برای مخاطبان. این مطلب در شکل مربوط به انگشت شست که توسط «مایکل بیروت»^۳ و «ویگن لی اسوکیتز»^۴ طراحی و عکاسی آن به وسیله‌ی ریون.توس. وارمن انجام شده است، کاملاً به چشم می‌خورد.

هنگامی که این تصویر، به صورتی چرخیده می‌شود که کلمه‌ی Success (کامیابی) را به راحتی می‌توان خواند، انگشت شست نیز به نشانه‌ی علامت مثبت، بالا قرار می‌گیرد.

زمانی که این تصویر به صورتی برگردانده می‌شود که کلمه‌ی Failure (ناکامی) را به درستی می‌توان خواند، انگشت شست نیز به نشانه‌ی علامت منفی پایین قرار می‌گیرد.

بیروت برای آنکه به تصویر معنای خاصی ببخشد از نوشتار استفاده نموده است.

کلمات زندگی و مرگ می‌توانند با تصویری در ارتباط با محکومیت‌ها و تشبیهات بزرگ یا جنگ گلاادیاتورها یا شمشیر زنی در رم باستان به کار روند، ضمناً این تصویر می‌تواند با اشاره‌ی شست به سمت چپ برای شرح یک مقاله درباره‌ی خطرات جانی (Hitchhiking)^۵ به کار رود.

این مثال‌ها نشان می‌دهد که حتی برخی تصاویر به ظاهر ساده می‌توانند تا چه اندازه پیچیده و پرمعنا باشند، ضمن آنکه این نمونه‌ها ثابت کننده‌ی قدرت کلمات در راهنمایی مخاطبان برای درک پیام است.

هنگامی که کلمات، مخاطبان را به درک معنای خاصی سوق می‌دهند، احتمال برداشت‌های شخصی از کارها کاهش می‌یابد. قدرت تأثیر کلمات در عنوان اصلی یک خبر که در روزنامه‌ی انگلیسی به چاپ رسید، کاملاً به اثبات می‌رسد.

عنوان «آنها در آستانه‌ی مرگ قرار داشتند و چهره‌هایشان گواه بر این مدعا است»^۶ با تصویری از ملکه‌ی الیزابت و پرنسس فیلیپس در حال ترک هواپیما همراه بود. اگرچه عکس مذکور زمانی گرفته شده بود که آنها ابتدا از خطری که جانشان را مورد تهدید قرار می‌داد آگاهی نداشتند، اما خوانندگان به این موضوع واقف نمی‌شوند چرا که آنها فوراً به وسیله‌ی نویسنده‌ی عنوان به باور این مسئله ترغیب شده بودند. این مسئله تنها محدود به تأثیر کلمات بر تصاویر نیست بلکه کلمات می‌توانند دیگر کلمات، تصاویر می‌توانند دیگر تصاویر و عکس‌ها نیز می‌توانند کلمات را تفسیر کنند.

کتاب در مورد محتوای آن صحبت کنید»^۶. وقتی شما به جلد کتاب نگاه می‌کنید، واقعاً چه اتفاقی می‌افتد؟ طرح روی جلد، شما را به ارائه‌ی یک تفسیر کلی از کتاب راهنمایی می‌کند.

سرفصل‌ها، عنوان‌ها، زیرنویس‌ها و متن‌ها، رابطه‌ی متفاوتی با یک تصویر دارند. یک سرفصل یا یک عنوان، اغلب با تصویر در یک سطح می‌باشد. در صورتی که آنها یک چیز را بیان کنند، نتایج تأکیدی بصری - شفاهی به وجود می‌آید که می‌توانند یک پیام را تقویت کنند. طرح جلد یک نوار کاست که عکس اجرا کننده و نام او را با حروف تاییی بزرگ نشان می‌دهد، تکراری تأکیدی است.

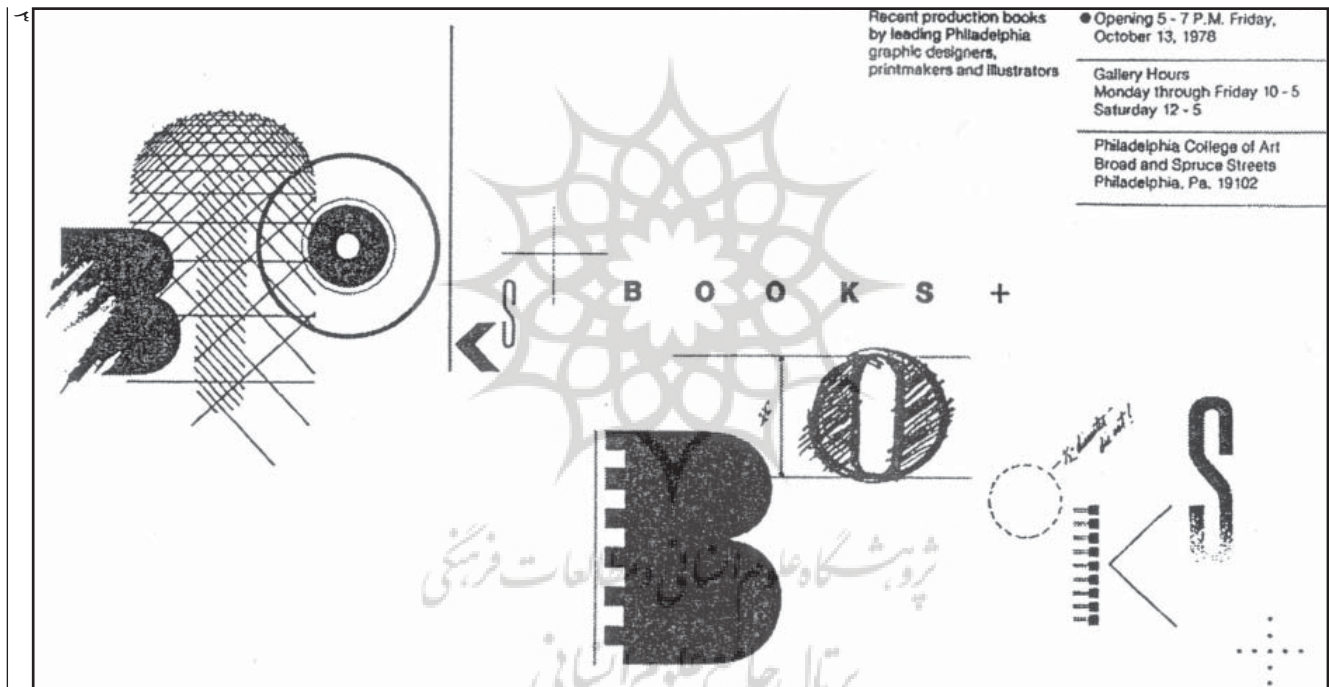
سرفصل‌ها و عناوین اغلب با تصاویر در کنار هم قرار می‌گیرند، تا مفهوم و موضوع را شرح دهند، زیرنویس‌ها به عنوان تابع تصاویر و تهیه‌ی اطلاعات برای شرح، طبقه‌بندی یا مشخص کردن تصویر به کار می‌روند.

رابطه‌ی تصاویر با متن دنبال آن به این صورت است که متن، نقش

آخرین مورد از موارد مذکور را می‌توان در تصویر نشریه‌ی **The 65 Art Directors Annual** که توسط «باب گیل»^۷، طراحی و به وسیله‌ی مارتی جکوبز عکاسی شده است، به روشنی مشاهده نمود. در تضاد با آثار ارائه شده در این کتاب سالانه، گیل اقدام به ساخت تصویری نمود که نمایشگاه سالانه‌ی کارگردانان هنری را به صورت یک رقابت غیر دوستانه معرفی می‌کند.

در نمونه‌ای دیگر (کتاب **Perfect war** اثر جیمز ویلیام گیبسون) که جنگ امریکا و ویتنام را مورد بررسی قرار می‌دهد - مقایسه بین جلد اصلی و جلد کاغذی پشت کتاب - یک مفهوم ضمنی را آشکار می‌سازد.

در جلد اصلی کتاب که توسط اندی کارپنتر^۸ طراحی گردیده، عنوان **(Technowar in Vietnam)** (جنگ تکنیکی در ویتنام) همراه با تصویری از سربازان که از تجهیزات پیشرفته برای فرود آمدن از هلی کوپتر استفاده می‌کنند، به چشم می‌خورد. (شکل ۱) عنوان فرعی و تصویر نشان می‌دهد که کتاب در رابطه با به کارگیری تجهیزات پیشرفته‌ی جنگی در



تصاویر قبلی را کامل می‌کند. تصویری که به عنوان شرحی حرفه‌ای و واقعی یا بصری از یک حادثه است، به عنوان توصیف تصویری رویدادها، اشیاء یا افراد در متن مشاهده می‌شود.

قرار گرفتن کلمه و تصویر در کنار یکدیگر

تفاوت آشکار کلمه و تصویر در آنجاست که هر یک در بخش متفاوتی قرار می‌گیرند اما در عین حال دارای نوعی رابطه‌ی بصری قراردادی می‌باشند.

جداکردن این عوامل به هر یک از آنها اجازه می‌دهد تا بدون مزاحمت ارتباط برقرار نمایند.

طراحان اغلب کلمه و تصویر را با روش‌های جدید ترکیب می‌کنند و به این طریق می‌توانند، قدرت ارتباطی را افزایش دهند.

ویتنام است. جلد کاغذی پشت کتاب که توسط آدرین استارک طراحی شده، جمله‌ی «جنگی که نمی‌توانستیم در آن بازنده باشیم ولی چرا باختیم» را به جای عنوان فرعی به کار برده است (شکل ۲) بر روی این قسمت دو تصویر مونتاژ شدند: یک نقشه ویتنام با ترسیم از هواپیماها که روی آن کشیده شده بود و دیگری مرد جوان ویتنامی که یک کودک مجروح را در بغل گرفته بود.

عنوان‌بندی و تصاویر، معنی و محتوای این کتاب را در جهتی کاملاً متفاوت کشانده تا نویسنده بگوید: چرا امریکا نمی‌توانست علی‌رغم قدرت تکنولوژی فوق‌العاده‌اش به پیروزی دست یابد. قراردادن این مرد و کودک در یک نقشه‌ی تکنیکی پیش پا افتاده، عذاب شهروندانی غیر نظامی که توسط نیروهای نظامی و سیاسی دولتی در دام افتاده‌اند را نشان می‌دهد. یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «شما نمی‌توانید از روی جلد



(Mademoiselle)

استفاده کرد.
در سر مقاله‌ای
از مجله‌ی رمپارتز
(Ramparts) که
توسط «دوگالداسترمر»^{۱۵}
طراحی و تصویرسازی
شده است، پیچیدگی
بیشتری از ترکیب حروف
و تصویر رخ می‌نماید.
این مقاله رابطه‌ی بین
ایالات متحده و قبایل
بومی سرخپوست امریکا
را شرح می‌دهد.
استرمر برای پرکردن
صفحه از پیام جرج
واشنگتن خطاب به بومیان

از متنی که یک تصویر را کامل یا ناقص توضیح می‌دهد و متنی که یک تصویر را برعکس شرح می‌دهد یا مطلبی را حذف می‌کند، مکرراً استفاده می‌شود. این تکنیک‌ها در کتاب مشکلات حرکتی ما (Our Move-ment Problems) به کار رفته است که «فرانک آرمسترانگ»^{۱۰} آن را طراحی و عکاسی آن به عهده‌ی «توماس ودل»^{۱۱} بوده است در طراحی این کتاب یک سلسله مراتب بصری قوی به وجود آمده است، تفاوت در اندازه، مکان و ارزش عنوانی که در بالای صفحه چاپ می‌شود، با هم ترکیب می‌شوند تا این عنوان را عامل مؤثر و با نفوذی نشان دهد. خواننده بلافاصله لبریز شدن از لیوان را به عنوان بازتاب مستقیم مشکلات حرکتی یک فرد معلول، دریافته و درک می‌کند و یک رابطه‌ی علت و معلولی بین تایپ و تصویر به وجود می‌آید. تضاد مناسب بین زمینه‌ی تصویر و متن، ترفندی هنری است زیرا زمانی که تضاد کم و یا زمینه پیچیده است، در صورت ترکیب با حروف و کلمات، نتیجه‌ی ضعیفی حاصل می‌شود.
از زمان دست نوشته‌های قرون وسطایی، هنرمندان و طراحان نوآوری‌های شگرفی در مورد ادغام حروف با تصاویر از خود نشان داده‌اند. این نوآوری‌ها که در دهه‌ی ۱۸۹۰ در یک نشریه انگلیسی زبان با نام The Studio به تصویر کشیده شده‌اند نشان می‌دهند که شکل

نقاشان کویسم در پاریس و هم‌چنین
هنرمندان فوتوریسم یک تکنیک بصری را از
معاصران خود گرفتند و آن را طوری استفاده
نمودند که به معنی ترکیب بیش از یک
شیء به صورت یک تصویر باشد این مفهوم
برای طراحان گرافیک در ایجاد یک ارتباط

تصویری، مفید واقع شده است.
پروپاگاندای علمی و مطالعات فرهنگی

«پاساماکودیا»^{۱۶} استفاده کرده است. او تصویر سفید

را در مقابل تصویر سیاه قرار می‌دهد و زمینه را با جوهر قرمز مشخص می‌کند. کرگ فریژر در طراحی لوگوی کمپانی فیلم -legname/ber-mann از حروف «بدون پایه»^{۱۷} ضخیم در داخل دندان‌های یک فیلم استفاده کرده است، بدون اینکه مدل و شکل حروف تغییر شکلی در نام اصلی شرکت به وجود آورند. (شکل ۶)

سایه‌ی ایجاد شده به وسیله‌ی قطعه‌ای از فیلم، با انعکاس نوری که از میان حروف می‌گذرد نقاط روشنی را به وجود آورده و این حالت دلیل بر شفاف بودن آن است.

بر روی جلد آلبوم «استراوینسکی»^{۱۸} (شکل ۷)، «ریچارد منتل»^{۱۹} به حروف بزرگ لاتین این امکان را داده که نقش مؤثر و غالب خود را نشان دهند و سپس از خط جهت ایجاد یک صحنه‌ی نمایش برای قرارگرفتن حروف استفاده کرده است. در این حروف U به شکل یک درگاه و O, Y

حروف می‌تواند شامل تصاویر باشد، توسط تصاویر شکل بگیرد و یا توسط تصویری که قابلیت گرفتن شکل یک حرف را دارد به وجود آید.

«ویلیام لانگهوسر»^{۲۰} در طراحی یک لوگوی موقت برای نمایشگاه کتاب، شکل حروف را به صورت تولیدات و قطعات دستگاه چاپ و صحافی از جمله چاپ استوانه‌ای، صحافی سیمی یا ماریپیچی، صحافی سیمی در آورده است. (شکل ۳).

(شکل ۴) نمونه‌ای است از شکل حروف در ترکیب کلمات برای توصیف یک تصویر.

همان‌طور که در جلد کتاب (The Collected Play of Brecht) به چشم می‌خورد (شکل ۵)، یک تصویر می‌تواند به شکل یک صفحه درآمد و حروف را دربرگیرد. عکس این موضوع نیز امکان‌پذیر است.^{۲۱} بدین معنا که حروف هم می‌توانند زمینه‌ی تصاویر باشند و به صورت یک صفحه درآیند. «برادبری تامپسون»^{۲۲} برای ارائه یک الگوی تایپوگرافیک، در خلال ارائه‌ی تصویر مجله از تکرار عنوان «مادمازل»

ترکیب کلمه و تصویر:

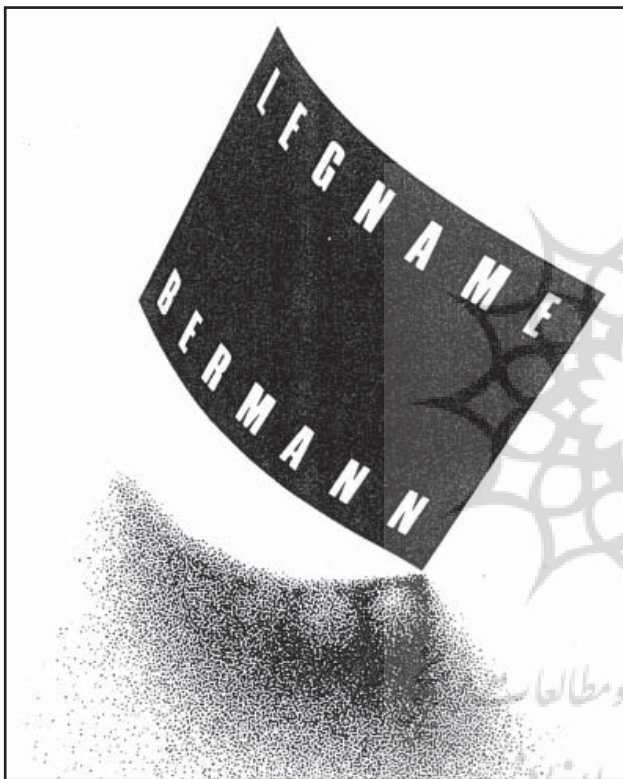
نقاشان جنبش فوتوریسم در ایتالیا معتقد بودند که جنبه‌های متفاوت دیدن می‌تواند در یک روند تفسیری ادغام همزمان با هم ترکیب شود. **Simultaneity** به معنی ترکیب شدن شکل‌ها به صورت تصادفی و یا ناخودآگاه است به طوری که آنها در یک زمان با هم به وجود آیند. نقاشان کوبیسم در پاریس و همچنین هنرمندان فوتوریسم یک تکنیک بصری را از معاصران خود گرفتند و آن را طوری استفاده نمودند که به معنی ترکیب بیش از یک شیء به صورت یک تصویر باشد این مفهوم برای طراحان گرافیک در ایجاد یک ارتباط تصویری، مفید واقع شده است.

نقش پنجره را ایفا می‌نمایند. این ویژگی‌های نهفته در پشت شکل حروف، ترکیب فضایی قابل توجه و بهتری را موجب می‌شود.

فضای مصور می‌تواند شامل شکل حروف و کلمات، به عنوان عناصری درخور باشد. کلمات، در روی جلد مجله‌ی **MS.** به صورت تصویر درمی‌آیند. خبر سرمقاله در این مجله به صورت یک تابلوی نئون درآمده و سپس ایجاد یک پرتوی روشن بر روی زمینه‌ی سیاه عکاسی شده است.

کلمات در داخل تصاویر:

در تصویری که «استنشاق خیابان»^{۲۰} نامیده شده، «جیمز مک مولان»^{۲۱} اهمیت کلمات را در سر و صدای یک شهر، در فضایی به



۶



۹

eastside
tennis club

۸

WOODBACK

۱۰

۱- تصویر به عنوان حروف: از طریق مرحله و فرآیند جایگزینی، یک تصویر می‌تواند نقش شکل حروف را در یک کلمه ایفا کند. در طرح روی جلد برای داستان «جست‌وجوی یک گنج»، «هرب لوبالین»^{۲۲} عنوان درشتی را در روی عکسی از یک ساحل شنی قرار داد. تیغه‌های آهنی بیل در تصویر به جای حرف U در کلمات **TREASURE** و **HUNT** قرار گرفته‌اند و عنوان کتاب با حروف طلاکوب چاپ شده که به مفهوم نمادین

تصویر کشیده است. در این تصویر صدای یک شیپور، صدای فعالیت کارگران، موزیک یک نوازنده‌ی خیابانی، پارس یک سگ، صدای یک زن، همگی با استفاده از کلمات و حروف و شکل آنها نشان داده شده‌اند. پیاده‌رو و دیوار، سر و صدای شهر و صحبت‌های مردم عامه را در ذهن مجسم می‌کند.

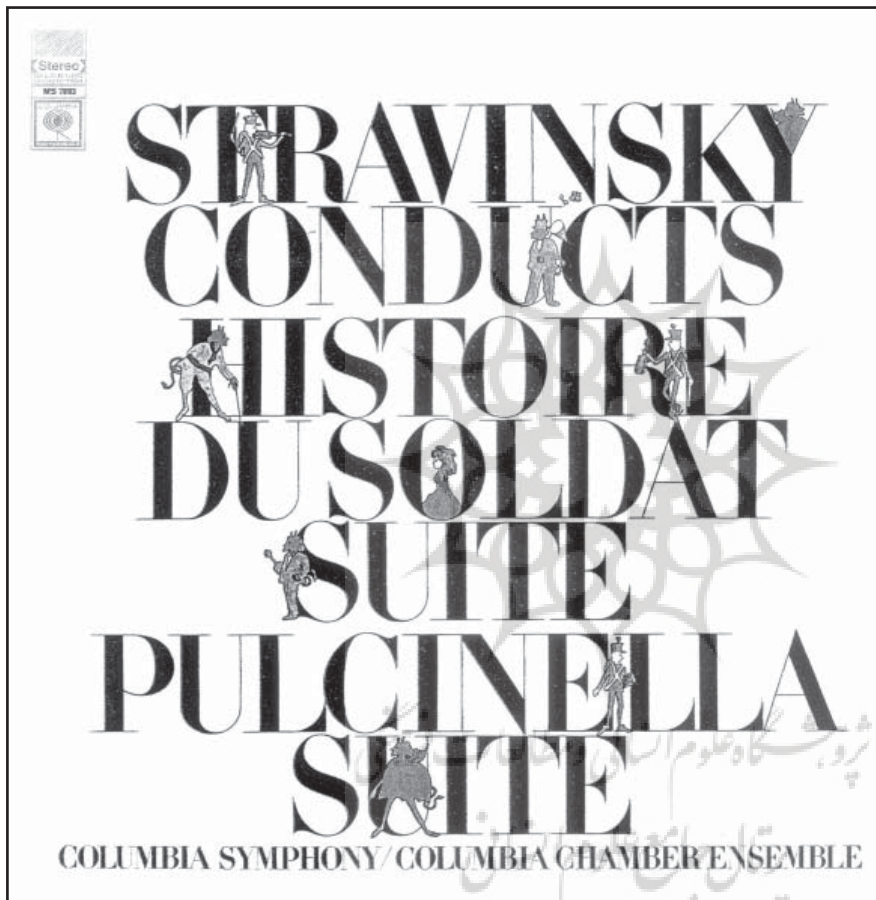
جستجوی گنج اشاره می‌کند.

را تداعی می‌نماید. شکل حرف با اضافه شدن این پاها به بخش پایینی آن، به صورت جاندار جلوه کرده و استعاره‌ای برای فردی است که در حال قدم زدن می‌باشد.

۳- کلمه به عنوان تصویر: در ارتباط انسانی، شکل حروف الفبا اتم‌ها و کلمات مانند مولکول‌ها هستند - یعنی کوچک‌ترین واحد ارتباطی، گفتاری و نوشتاری که دارای معنی متفاوت از مفهوم یک صدا است. با تغییر و دستکاری شکل بصری یک کلمه، طراحان گرافیک، معنی آن کلمه را بسط داده و توسعه می‌بخشند.

طرح ارائه شده‌ی «دیاناگراهام» برای گالری هنری (Backdoor) (شکل ۱۰) از طریق وارونه کردن قسمت اول کلمه، معنی را مجازاً وارونه

از روی تصاویر می‌توانیم حروف را نیز خلق نماییم. آقای «سیلی پتیت»^{۳۳} برای طراحی روی پاکت دعوتنامه‌هایی که به مناسبت افتتاح با شکوه سومین طبقه فروشگاه زنجیره‌ای Neiman-Marcus فرستاده شدند، از تصاویر سایه‌نمای حروف در یک زمینه‌ی روشن به منظور نوشتن حروف کلمه‌ی "third" استفاده کرد. حرف T یک پیشخدمت در رستوران جدید است، H یک عروس و داماد را نشان می‌دهد که به سالن جشن عروسی اشاره می‌کنند. حرف I شکلی است که نشان‌دهنده‌ی یک غرفه‌ی فروش لباس زیر زنانه می‌باشد، حرف R نشان‌دهنده‌ی غرفه‌ی فروش لباس، اسباب‌بازی، و کفش کودکان است. حرف D نشان‌دهنده‌ی یک خریدار در محوطه‌ی جدید فروشگاه می‌باشد.



در گذشته عکس‌ها متن را به تصویر می‌کشیدند، امروزه نوشتار تصاویر را باخود حمل می‌کند و تصویر را با فرهنگ و تصورات آمیخته می‌سازد

۲- حرف به عنوان تصویر: شکل

حروف را می‌توانیم تغییر داده و یا دستکاری کنیم تا به طور همزمان به صورت یک تصویر و یک حرف درآیند.

در (شکل ۸) یک طرح توسعه «دیاناگراهام»^{۳۴} برای کلوپ ورزشی تنیس "Eastside" ارائه شده است. در این تصویر ترسیماتی از S در یک دایره جای داده شده‌اند و شمایل‌هایی ایجاد نموده‌اند که توپ‌های تنیس را نشان می‌دهند. در اینجا شکل هندسی حروف بدون پایه و اشکال گرد که دایره‌های کاملی هستند، برای ترکیب حرف S و توپ تنیس کاملاً موفقیت‌آمیز عمل می‌نمایند.

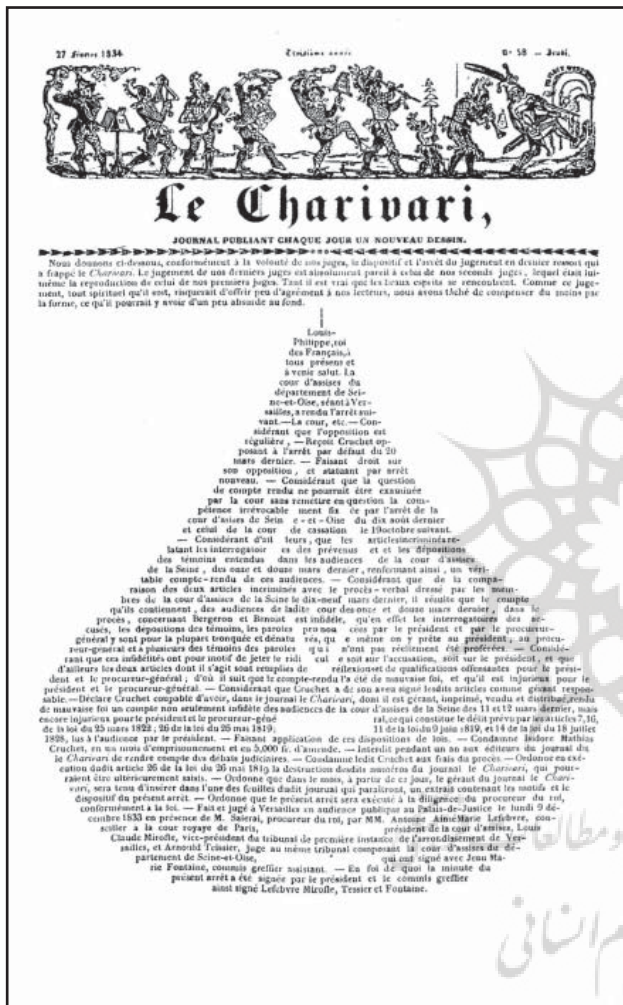
این همزمانی هم‌چنین در علامت تجاری کفش "Knapp" که توسط «تام گیزمار»^{۳۵} طراحی شده، نیز به چشم می‌خورد. (شکل ۹). در قسمت پایینی حرف K، پاهایی ترسیم شده که مفهوم همان کالا

جلوه می‌دهد. کشیدن قسمت‌هایی از حروف R, K به سمت پایین حالت قرینه‌ای را به وجود آورده که به شکل، جذابیت بخشیده است.

متن به صورت تصویر

تنظیم حروف یک متن به شکلی که به صورت علامت یا شمایل در آیند از قرن‌ها پیش مورد علاقه طراحان و گرافیست‌ها بوده است. طرح روی جلد مجله‌ی فرانسوی Lecharipari (شکل ۱۱) که در ۲۷ فوریه ۱۸۳۴ منتشر گردید، پادشاهی به نام لویس فیلیپ را از طریق به تصویر کشیدن سرش به شکل گلابی با استفاده از حروف مورد تمسخر قرار می‌داد زیرا واژه‌ی فرانسوی گلابی (lapoire) هم‌چنین به عنوان یک اصطلاح عامیانه برای آدم احمق و ساده‌لوح به کار می‌رود.

برای مثال، تصویر یک چشم (eye) برابر است با صدای حرف A (ای - aye) و برابر است با حرف I (آی) ترکیب کلمه و تصویر: قدرت تصاویر برای بسط و تقویت معنای یک واژه از طریق یک‌سری برگه‌های اطلاع‌رسانی یا تبلیغاتی نشان داده می‌شوند. در شکل‌های (۱۲ تا ۱۷) می‌توانید برگه‌های اطلاعاتی مربوط به شرکت بیمه‌ی Neuenburger Versicherungen که توسط یک طراح سوئیسی به نام «زیخفرد آدرمات»^{۳۶} تهیه شده است را مشاهده نمایید. مستطیل سباهی که در هر برگه بین تصویر و متن قرار دارد بدین



۱۱

معناست که: «بین خودتان و حوادث و ناملایمات روزگار، شرکت بیمه نتونبرگ را واسطه و سپر بلا قرار دهید». واژه‌ی Wasser^{۳۷} به معنی آب است. قسمتی از این کلمه که در آب قرار دارد بزرگتر نشان داده شده و در اثر تأثیر نور بر آب، دچار انکسار (شکست نور) شده است. (شکل ۱۲) واژه unfall به معنی سانحه می‌باشد. تغییر و شکستگی در عکسی از یک استخوان شکسته بر تغییر و شکستگی حروف در کلمه‌ی "Unfall" تأکید می‌نماید. (شکل ۱۳). واژه "Feuer" به معنی آتش است. این تصویر بقایای یک جنگل نیم سوخته را با کنتراست بسیار بالا نشان می‌دهد و خسارات و صدمات ناشی از آتش‌سوزی را به ذهن بیننده متبادر می‌سازد (شکل ۱۴).

و - حروف به عنوان تصاویر چند بعدی:

حروف می‌تواند به صورت اشیاء چند بعدی دارای شکل فیزیکی واقعی نشان داده شوند.

شکل حروف و کلمات می‌تواند از محیط اطلاع‌رسانی دو بعدی منشأ گیرد و به دنیای سه بعدی ملحق شوند. حروف بتونی قالب‌ریزی شده توسط «مایل منرینگ»^{۳۸} که آرم «India Basin park Industrial» را تشکیل می‌دهند، از نظر مقیاس و حجم، می‌توانند به یک بنای یادبود شبیه باشند.

منرینگ می‌گوید: «پس از نصب آن حروف، دستم را روی آنها کشیدم و شکل‌های حروف را به صورت اشیاء تجربه کردم»^{۳۹} در پوستری که توسط مایکل بیروت تهیه شده، یک طرح دوبعدی، استعاره‌ی محیط سه بعدی را پدید می‌آورد. در این پوستر آرم دلار با طرح نمای یک ساختمان ترکیب شد تا موضوع یک سمینار را که در رابطه با جنبه‌های تجاری حرفه‌ی گرافیک بود برای طراحان برجسته بیان نماید.

گرافیک، عناصر ارتباطی

ابتدایی را برای انتقال معنی به کار

می‌گیرد. هنگامی که این علائم

ارتباطی در مجاورت یکدیگر قرار

می‌گیرند، یک فرآیند ساده افزوده

به وجود می‌آید

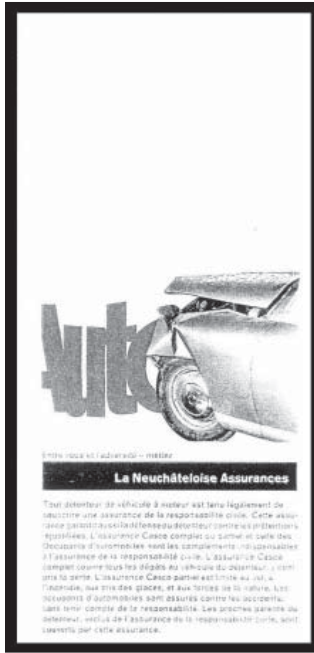
حروف و تصاویر هدفمند:

هنگامی که حروف و تصاویر به صورت هدفمند به کار روند، ویژگی‌های برجسته‌ای دارند و نسبتاً عاری از تبعیض فردی یا ویژگی‌های تداعی‌گر قوی هستند.

گرافیک، عناصر ارتباطی ابتدایی را برای انتقال معنی به کار می‌گیرد. هنگامی که این علائم ارتباطی در مجاورت یکدیگر قرار می‌گیرند، یک فرآیند ساده افزوده به وجود می‌آید.

۱- ترکیب حروف و تصاویر: انجمن اندیشه‌ی مکانیکی (مصنوعی) آمریکا (AAAI)^{۴۰} تشکیل کنفرانس سالانه‌ی خود را تحت عنوان «اندیشه مصنوعی - ذهن و ماشین - تصورات بی‌پایان»، همراه با یک پوستر اعلام داشت. طراحی این پوستر «کرگ فریزر»، یک حرف A بزرگ را به صورت نقره کوب در کنار تصویر یک چشم قرار داد. هماهنگی میان این اشکال اندیشه‌ی مکانیکی (مصنوعی) را با نفوذ و تأثیری خاص بیان می‌دارد.

تصاویر این پوستر حاکی از یک تناقض است: یک شکل هندسی در برابر یک عضو از بدن، شکل مکانیکی در برابر شکل انسان، نشانه (سمبل) در برابر تصویر و حرف نخستین الفبا در برابر یک تصویر معماگونه.



۶- ترجمه‌ی کتاب

"TYPE AND IMAGE" صفحه‌ی ۴۱

7-Bob Gill

8-Andy Carpenter

۹- ترجمه‌ی کتاب

"TYPE AND IMAGE" صفحه‌ی ۴۳

10- Frank Armstrong

11- Thomas Wedell

12- William Longhauser

13- Bradbury Thompson

14- Dugald Stermer

۱۵- Passamaquodiam: قبایل

سرخپوستی که در شمال ایالات متحده

امریکا زندگی می‌کنند.

۱۶- sans serif: حروف بدون پایه

17- Stravinsky

18- Richard Mantel

19- Street Inspirations

20- James Mc Mullan

21- Herb Lubalin

22- Sibley Petet

23- Diana Graham

24- Tom Geismar

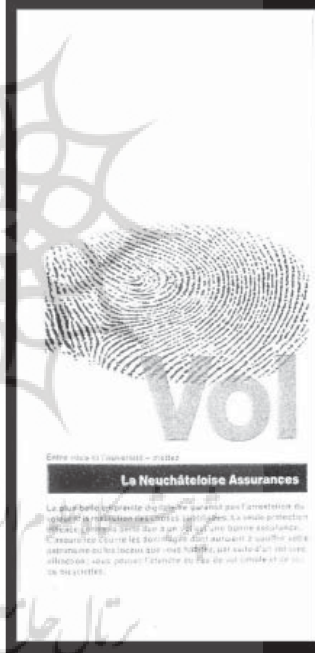
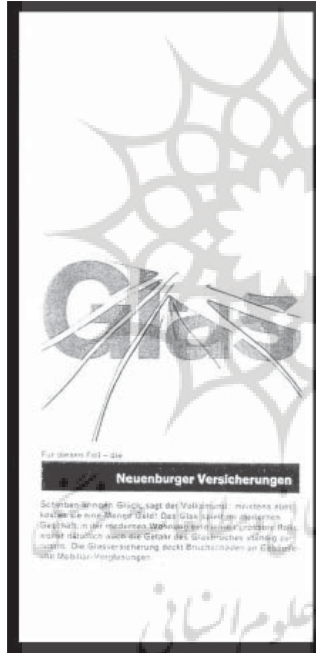
25- Michael Manwaring

۲۶- ترجمه‌ی کتاب "TYPE AND COLOR" صفحه‌ی ۳۱

27- American Association Artificial Intelligence

28- Siegfried Odermatt

۲۹- Wasser: در زبان آلمانی به معنای آبی است که از فواره بیرون می‌آید



کلمه‌ی "Auto" به معنی اتومبیل می‌باشد. در تصویر (۱۵) یک اتومبیل با حروف برخورد کرده، آنها را خرد نموده و در هم ریخته است.

واژه "Glass" به معنی شیشه است. در این تصویر، لبه‌های تیز شیشه‌ی شکسته شده مفهوم خطر و خسارت را به بیننده القاء می‌نماید. تکه‌های شیشه حروف را قطعه قطعه کرده‌اند ولی همچنان خوانایی کلمه حفظ شده و می‌توان به معنی آن پی برد (شکل ۱۶).

کلمه "Vol" به معنی سرقت و دزدی از منازل می‌باشد. در این تصویر، اثر انگشت شاخص و علامتی است که دزد و دزدی را نشان می‌دهد (شکل ۱۷).

پانویسها:

۱- Ronald Barnez از گرافیست‌های بسیار برجسته ایالات متحده امریکا در دهه ۷۰ تا ۹۰.

۲- ترجمه‌ی کتاب "TYPE AND IMAGE" صفحه‌ی ۴۱.

3- Michael Bierut

4- Vignelli Associates

۵- Hitchhiking: کسانی که در کنار بزرگراه‌ها یا جاده‌ها می‌ایستند و با اشاره‌ی انگشت شست خود اتومبیل‌های در حال عبور را برای سوار شدن خود متوقف می‌کنند.