



روانشناسی لوگو موسسه خیریه حامی یار

حامی کودکان مبتلا به سرطان

درون مایه این متن روانشناسی آرم موسسه خیریه حامی یار و نقش آن در فرآیند ارتباط با جامعه با استناد به نظریه ی هایل برون قرار گرفته است: توضیح تمام معانی نمادها در این بررسی غیرممکن است - معنایی که تا کنون رسانه ای و عمیق است. ما به نحوه ارتباط آنها با فرهنگ ایران اشاره خواهیم داشت.

هدف سازمان: حمایت از کودکان مبتلا به بیماری سرطان

عناصر تصویری آرم: دایره، دو مثلث که با یکدیگر ترکیب شده (ستاره)، چهار انسان، قلب، نام-نوشته

طراح آرم و محقق: محمد کرمی

تهیه و تنظیم: موسسه خیریه حامی یار

درباره:

موسسه خیریه "حامی یار مهر ماندگار" با شماره ثبت ۹۱۳ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۸۲۸۰۳۱ با اخذ پروانه فعالیت از استانداری استان مرکزی در سال ۱۳۹۵ فعالیت خود را در عرصه حمایت از کودکان مبتلا به سرطان و خانواده ایشان به صورت رسمی آغاز کرده است.

حال آنکه از سال ۱۳۹۳ در این عرصه فعالیت های قابل توجهی را در پیشبرد اهداف تعیین شده داشته است.

این موسسه؛ خیریه، مردم نهاد، غیرانتفاعی، غیرسیاسی و غیردولتی بوده و بر اصول امانتداری، حفظ ارزش های انسانی، صداقت و شفافیت مالی بنا گردیده است.

چشم انداز:

از جمله آرمان های موسسه خیریه حامی یار می توان به حمایت مالی و بهبود کیفیت زندگی کودکان بیمار، استفاده بهینه از ظرفیت داوطلبان، ارتقاء کیفی بخش های بستری کودکان بیمار و آگاهی بخشی در خصوص بیماری سرطان اشاره کرد که با همت تمامی داوطلبان، عزم بر تحقق آن ها داریم.

ماموریت سازمانی:

موسسه خیریه حامی یار بر آنست تا با ارائه خدمات حمایتی و آموزشی به صورت عمومی و تخصصی به کودکان مبتلا به سرطان و خانواده ایشان و همچنین از طریق توسعه و تجهیز مراکز درمانی در استان مرکزی، موجبات تسهیل و تسریع روند درمان کودکان و همچنین آرامش خاطر خانواده ی این عزیزان را فراهم آورد.

نماد و نشانه در طول تاریخ

در طول تاریخ از آرم، که نوعی علامت واجد هویت بصری است، به عنوان ابزاری برای ایجاد ارتباط استفاده شده است. تصور بر این است که انسان پیش از تاریخ با خراش دادن و ایجاد نقش بر دیوار غار های آلتامیرا در اسپانیا و لاسکو در فرانسه تلاش داشته تا از این طریق به دیگران اعلان خطر یا آگهی دهد و یا پیام های دیگران را منتقل کند.

در جوامع قرون وسطایی بازرگانان و صنعتگران برای مشخص کردن کالاها و محصولاتشان از علایم و نمادهای خاص استفاده می کردند. چاپگران اواخر سده ی ۱۹ میلادی بر روی تمامی چاپ نقش های خود نماد هایی را به صورت حرف نشانه یا امضا چاپ می کردند که معرف حرفه ی آنان بود.

در آغاز سده ۲۰ نیز گاوچرانان امریکایی برای مشخص کردن مالکیت دام های خود از علایم انحصاری استفاده می کردند.

طی دوره رکود اقتصادی امریکا، کارگران دوره گرد یا در واقع پیشه ورانی که بیکار شده بودند، یک نظام ارتباطی تحلیلی و کاربردی را ابداع نمودند.

آنها علایم و نشانه هایی بودند که بر دیوار خانه ها و ساختمان ها رسم کردند که مثلا گویای خطراتی بود که کارگران را تهدید می کرد. یعنی درست شبیه به روشی که انسان غار نشین از تصاویر خطی استفاده می کرد.

نمادها و احساسات

نمادها نیز مثل شکل حروف و رنگ، می تواند واکنش های حس خاصی را در ما برانگیزد. معنی نمادها بستگی به کاربرد آنها دارد. مثلا نقشی مانند صلیب شکسته مربوط به دوران پیش از تاریخ به این معنی است:

"همه برای یکی" و نمایانگر قدرت و خلاقیت است. این نماد برای بار اول روی سکه هایی متعلق به کرت باستان، اشیاء امریکای جنوبی و آثار سفالی ناواجو یافت شد.

وقتی رایش سوم هیتلر از صلیب شکسته به عنوان نماد هویت خود استفاده کرد، مفهوم مرتبط به آن نیز تغییر پیدا کرد. امروزه نمی توان به این نماد به عنوان نشانه معرف همدلی و اتحاد نگریست.

نماد کبوتر صلح که طی جنگ ویتنام از سوی فعالین ضد جنگ زیاد استفاده شد، تداعی گر صلح است. از آنجا که نمادها می توانند مفاهیم منفی و مثبت داشته باشند

طراح باید به هنگام طراحی علامت یا نشانه، به تاثیر روانی آن و حسی که در مخاطب بر می انگیزاند کاملاً توجه داشته باشد.

تصویر نشانه

نماد های گرافیکی و ساده ای "تصویر نشانه" می نامند. "تصویر نشانه" نوعی نماد بصری است که اطلاعات را به صورت تصویری و بدون استفاده از کلام ارائه می دهد. "تصویر نشانه" نوعی نماد گرافیکی است که داستانی را به شیوه ای بسیار ساده و همه فهم و فارغ از محدودیت های زبانی روایت می کند.

امروزه این نوع نماد را می توان در همه جا دید. از علائم راهنمایی رانندگی گرفته تا علائم نشانه های فرودگاه، مترو، راه آهن، ساختمان های عمومی و ... خلاصه هر جا که ضروریست اطلاعاتی را سریع و صریح به اطلاع عموم مردم برسانند. برای مثال این نماد ها ما را به سمت تلفن عمومی، ایستگاه راه آهن، اطلاعات فرودگاه و رستوران راهنمایی می کنند.

این نماد ها بدون استفاده از کلمات و جملات، اطلاعات مورد نیازمان را در اختیارمان می گذارد. مثلاً اگر به یک کشور خارجی سفر کنیم که با زبان آن آشنایی نداریم، به آسانی می توانیم از علائم جاده ای هشدار دهنده، همچنین از دیگر علائم و نشانه ها مسیر خود را برای مکان مورد نظر بیابیم. چراکه این علائم خود یک زبان بین المللی، بصری و بدون کلامند.

کلمه لوگو (logo) از واژه یونانی به معنی زبان مشتق شده است و لوگو را به عنوان یک نماد، علامت، تصویر نوشته و عکس نوشته در نظر می گیریم که نمایانگر یک سازمان، یک حرفه، محصول یا حتی یک همایش یا یک رویداد خاص است.

"نشانه" تجسمی از یک سازمان است و باید مروج هویت بصری آن باشد، هویتی که به آسانی و به سرعت قابل تشخیص باشد. "نشانه" نمایانگر حجم زیادی از اطلاعات است که در یک بیان بصری واحد متراکم شده است.

در این زمینه داستان معروفی از ریموند لوئی، طراح صنعتی معروف نقل می شود: در یک مهمانی خانمی از وی پرسید که: چرا حرف X را در لوگویی که برای شرکت "Exxon" طراحی کرده تا زیر خط کرسی ادامه داده است؟

لوئی پرسید که: چه چیز باعث شده شما چنین سوالی می کنید؟ و آن خانم پاسخ داده بودند که: چون خیلی جلبه توجه می کند. و لوئی جواب داد: "خوب پاسخ شما همین است."

حدوداً از ۱۰ سال پیش، به پیشنهاد استادان رشته ارتباط تصویری، در دانشکده های هنر واژه "نشانه" به جای "آرم" و "لوگو" مورد استفاده قرار گرفت. با گسترش دامنه رشته نشانه شناسی، بدیهی است که دیگر نمی توان نشانه را به مفهوم محدود آرم یا لوگو به کار برد.

از این رو در این بررسی به استناد فرهنگ لغات «هزاره»، «لاروس» و «معین» از همان واژه آرم استفاده شده که نزدیکترین معادل لوگو بوده و از طرفی آشناترین واژه برای افراد جامعه ما نیز هست.

انواع گوناگون آرم

از دیدگاه نشانه شناسی دسته بندی آرم بر حسب ترکیب عناصر زبانی و شمایی انجام می گیرد. بر این اساس دسته ایی از آرم ها فقط از عناصر زبانی استفاده می کنند (یک نام - یک یا چند حرف) که آنها را "آرم نوشتاری"، "logotype" می نامیم.

دسته دیگر با ترکیب عناصر شمایی طراحی شده اند، که آنها را "آرم شمایی"، "logo iconique" یا "icotype" می نامیم.

دسته سوم، از تلفیق عناصر نوشتاری و شمایی ساخته شده اند که آنها را "آرم تلفیقی"، "logo mixte" می نامیم.

انواع نشانه ها:

نشانه ی نمایه ای indexi que:

این نشانه ها بر یک رابطه علت و معلولی میان موضوع و نشانه استوارند. نمایه نشانه ای است که از موضوع خود تاثیر گرفته است. یعنی به نشان بر جای مانده از گونه ای موضوع، نمایه می گوییم مانند: رنگ پریدگی چهره به نشان خستگی دود به نشانه آتش، ابر به نشانه باران و ...

با این تعریف یک آرم هیچگاه نمی تواند حقیقتاً یک نشانه نمایه ای باشد.

نشانه شمایی iconique:

دومین نوع نشانه در طبقه بندی سه گانی پیرس می باشد.

رابطه ایست مبتنی بر شباهت علت و معلول یا همان موضوع و نشانه: یک طرح فیگوراتیو، یک تصویر ساده شده که نمایانگر یک خانه، درخت و ... باشد. در صورتی که به درخت و خانه شبیه باشد شمایل محسوب می شود.

نشانه نمادین **symbolique**:

نشانه هایی که به موضوع از راه قرار داد یا قاعده ای محکم و از طریق همبستگی با ایده های کلی مرتبط می شوند. نماد های کلاسیک مانند: پرچم کشور ها، کبوتر صلح، علایم راهنمایی، نت های موسیقی و الفبای مدارس و... همچون نظامی از نشانه های قرار دادی در نظر گرفته شده اند. نشانه های نمادین بیش از انواع دیگر نشانه ها در اجتماع کاربرد دارند.

در جوامع قرون وسطایی بازرگانان و صنعتگران برای مشخص کردن کالا ها و محصولاتشان از علایم و نماد های خاص استفاده می کردند. چاپگران اواخر سده ۱۹ میلادی بر روی تمامی چاپ نقش های خود نماد هایی را به صورت حرف نشانه یا امضا چاپ می کردند که معرف حرفه آنان بود.

روانشناسی آرم (لوگو)

در تمام انواع آرم علامت های نمادین و منحصر به فرد ، قابلیت به یادسپاری بالا وجود دارد.

روانشناسی و تحلیل آرم در طراحی آرم و شکل ها بسیار مهم است و یکی از متخصصین برندینگ و نویسنده کتاب **Designing Brand Identity** می گوید:

ما نسبت به گذشته، زمان و مکان کافی برای بیان داستان برند خود نیاز نداریم.

برای همین یک آرم باید بتواند ارتباط فوری با مخاطب برقرار سازد.

آرم باید به عنوان بخشی از برند، نقش خویش را در ایجاد ارتباط مناسب با مخاطب به خوبی ایفا نماید.

روانشناسی آرم به معنای تحلیل عناصر تصویری تشکیل دهنده آرم از دید روانشناسی اشکال تشکیل دهنده آرم است.

طراحی آرم و یا طراحی مجدد آن بخشی از فرایند برندینگ و مسئول اصلی نظارت بر طراحی آرم مدیرعامل، مدیر بازاریابی، مدیریت برند و یایک مشاور حرفه ای برند است.

همان طور که اشاره شد آرم یکی از عناصر هویت برند بوده اگر طراحی آرم به درستی صورت پذیرفته باشد ابزاری قدرتمند در ارتقای جایگاه برند خواهد بود. طراحی آرم باید منطبق به استراتژی برند صورت پذیرد و تمام آنچه یک طراح در اختیار دارد بازی با شکل ها و رنگ هاست.

مرز بین موفقیت و شکست یک آرم چیست؟ پاسخ در ناخودآگاه مغز مشتری (مخاطب) است.

هنگامی که افراد با رنگ ها و شکل های متفاوت مواجه می شوند، میزان تحلیل اطلاعات در مغزشان بالا می‌رود. با انتخاب رنگ ها و شکل هایی که پاسخ مناسب به سوالات ناخودآگاه مغز مشتریان (مخاطبان) خواهد داشت طراحی لوگو راهی برای اثر گذاری بر احساسات مشتریان یافته و نهایتاً به این سوال پاسخ می دهد.

این لوگو نماد چیست؟

این نوع طراحی آرم شانس نیست طراحان موفق برآمده از طرح های شان مطلع بوده و از نحوه اثرگذاری آرم و متغیرهایی مانند سن جنس و فرهنگ اطلاع کافی دارند. برای آنکه با نحوه استفاده از روانشناسی آرم در خلق یک آرم با معنا و حرفه ای آشنا شویم حتما نیاز است تا پیام های پنهان اشکال و رنگ ها را بدانید.

شکل **shape** یکی از مهمترین اجزای طراحی لوگو می باشد و در قالب طراحی ها و کارهای هنری به چشم می خورد مغز انسان به شکل اعجاب آوری توانایی به یادسپاری اشکال را دارد و این پایه یادگیری عوض که متمایز باشد در بلند مدت در ذهن باقی می ماند بنابر این طراحی که بتواند لوگو را به شکلی خلق نمایند که قابلیت به یادسپاری بالا داشته باشد هنرمندی باهوش و خردمند خواهد بود.

درون مایه این متن روانشناسی آرم موسسه خیریه حامی یار و نقش آن در فرآیند ارتباط با جامعه با استناد به نظریه ی هایل برون قرار گرفته است:

توضیح تمام معانی نمادها در این بررسی غیرممکن است - معنایی که تا کنون رسانه ای و عمیق است. ما به نحوه ارتباط آنها با فرهنگ ایران اشاره خواهیم داشت:

هدف سازمان: حمایت از کودکان مبتلا به بیماری سرطان

عناصر تصویری آرم: دایره، دو مثلث که با یکدیگر ترکیب شده (ستاره)، چهار

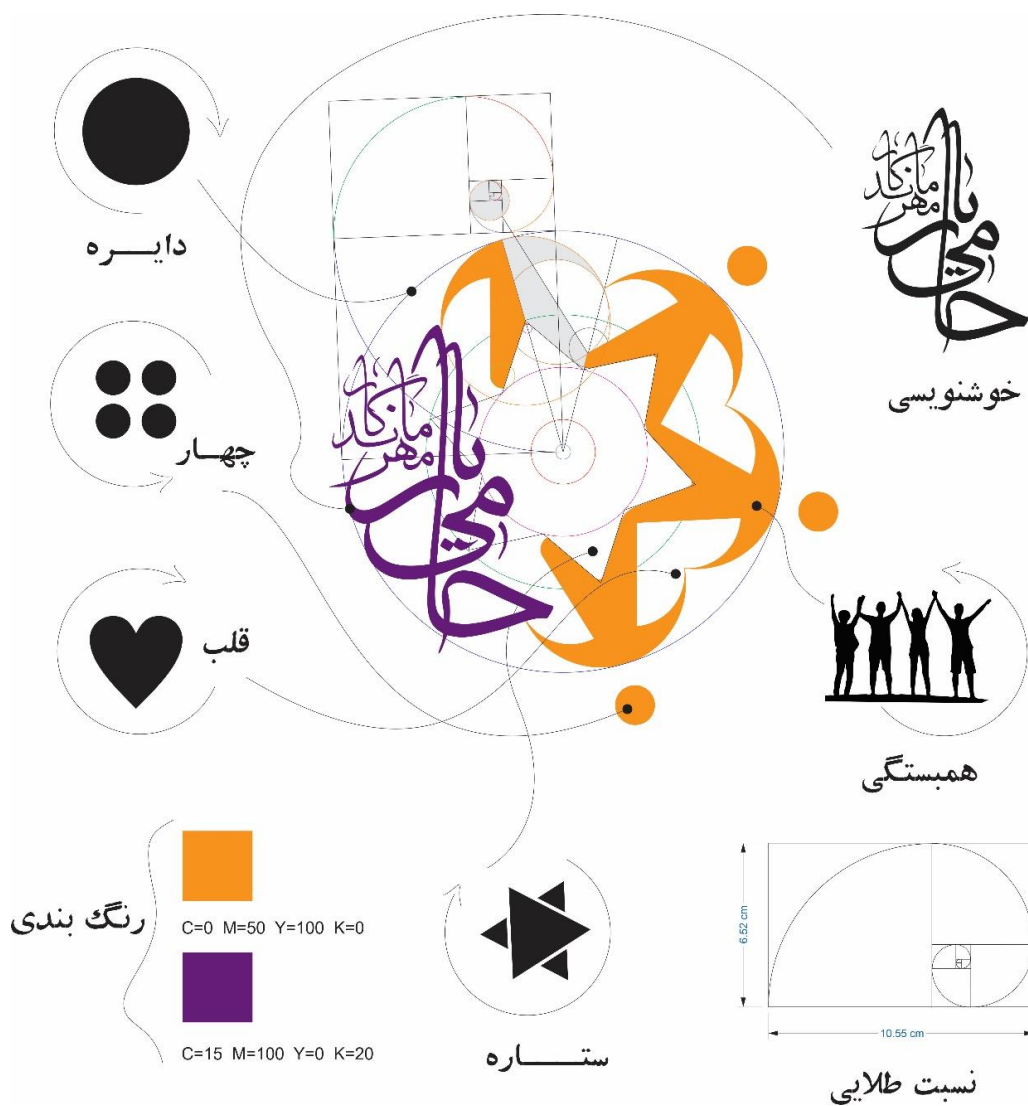
انسان، قلب، نام-نوشته

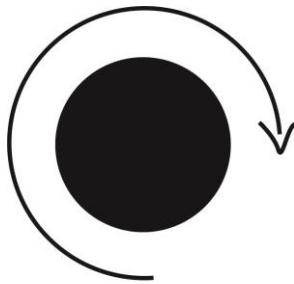
گفتمان اصلی فرستنده:

به معنای واقعی تصویر شده است: هنگامی که انسان‌ها از فردیت خارج می‌شوند و به جمع می‌پیوندند در مسیر انسانیت قرار می‌گیرند که همانا از مهر و محبت دست در دست یکدیگر، دایره وار حلقه می‌زنند تا دایره مرکزی آرم را تشکیل دهند و نیز از آنجا که در اندیشه‌های کهن، عدد الهی چهار، دارای تقدس بوده و سرمنشا حیات در چهار عنصر اصلی و نیز چهار فصل سال و ... می‌باشد، شاهد اتحاد چهار انسان و رسیدن به همبستگی در دایره الهی هستیم که نشان دهنده ماهیت بی‌نهایت انرژی جهان است و در این چرخه، سیر بی‌پایان همبستگی شکل می‌گیرد. در نهایت، هدف آرم نشان دادن نقش موثر نام نوشته (موسسه خیریه حامی یار) است و از این جهت در تکمیل زنجیره ی اتحاد، خود نام نوشته که به قلم ثلث است، دست در دست انسان‌ها داده که جزئی از طرح دایره مرکزی باشد تا به القا نقش حمایت از همبستگی اجتماعی انسان‌ها و شکل گیری زنجیره حمایت و مهرورزی اشاره داشته باشد. همچنین در نحوه قرارگیری انسان‌ها شکل ستاره را نیز شاهد هستیم که نمادی از آسمانی بودن، تقدس بخشی و درخشش آن اتحاد می‌باشد. در قالب ساخت، تصویری استعاری به بیان مهرورزی و عملکرد سازمان با کارکرد

تاثیرگذار و ارجاعی پرداخته است هدف فرستنده پیام، حک کردن مهربانی و عشق ورزیدن در ذهن مخاطب است.

در نهایت همانگونه که مشاهده می‌شود جهت ساختاری پایدار، منظم و زیبا تر برای رسیدن به هدف نهایی که نسبت طلایی است، به منزله ی یک زیبایی شناسی ذاتی و خارق العاده از طبیعت برگرفته از یک نسبت الهی، بهره برده ایم. این نسبت در شبکیه چشم انسان رعایت شده به همین دلیل آدمی آن را در زیباترین حالت ممکن می بیند.



دایره:**دایره**

اگر ما توانستیم از طریق چشم یکی از اولین انسانها را ببینیم که زمین را بچرخاند و به آسمان نگاه کند، اولین حلقه هایمان را می بینیم ... حلقه هایی که هنوز نامشان مشخص نشده است. ما ماه، خورشید و ستاره ها را می بینیم، ستاره ای که به نظر می رسد نقطه هایی در آسمان است که در

و بیرون چشمک زدند و ما در سخنان ناگفته ای که جهان ما با حلقه ها پر شده بود، متوجه شدیم. ما می توانیم چوب را به خاک بسپاریم و آن را بکشیم و یک دایره ای که دنیای ما، جهان ما را نمایندگی کند. همه درک ما از معنای نماد دایره، از آن لحظه ای است که از چشم انسان اول مطرح می شود.

دایره یکی از نقوشی است که کودکان در اولین نقاشی ها خود رسم آن را یاد میگیرند و از علائم ارتباطی بسیار قوی محسوب می شود.

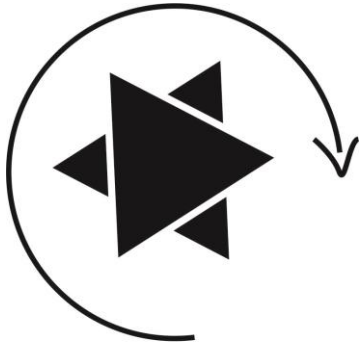
شکل کامل که حرکت جاودانه و مداومی را نشان می دهد. چرخش و حرکت مدام اجزا یک ماشین در صنعت، تکرار و حرکت به صورت مستمر در طبیعت مثل آمد و شد فصل ها، آمدن شب و روز، هفته ها و ماه ها و سال ها که به عنوان گردش روزگار از آن نام برده می شود. آسمان بلند که شعرا به آن دایره ی مینایی می گویند. همه و همه نشان دهنده ی تناسبی است که میان شکل دایره و اشکال متنوع حیات و طبیعت وجود دارد.

همه نقاط روی پیرامون دایره با مرکز آن در یک فاصله قرار دارند و همه قطره های آن با یکدیگر برابر هستند. شکل های دیگر هندسی چون مثلث، مربع و نیز هر نوع کثیرالاضلاعی در دایره محاط می شود. در عین حال دایره نماد نرمی، لطافت، سیالیت، تکرار، درون گرایی، آرامش روحانی و آسمانی، پاکی و صمیمیت نمایانگر اتحاد دوستی و عشق و آن جهانی بودن به شمار می آید، دایره نشان دهنده **ماهیت بی نهایت**

انرژی و نماد جهان است... به همین دلیل دایره همیشه به عنوان یک شکل کامل مورد توجه بوده است و بسیاری از هنرمندان در شرق و غرب سعی کرده اند آثار خود را بر مبنای دایره و یا ترکیب هایی از دایره به وجود بیاورند. به ویژه در هنر ایرانی نقاشان

بزرگ برای ساختن آثار خود از ترکیب هایی بر اساس حرکت چرخشی دایره الهام گرفته اند، همچنان که در نقاشی و هنر مغرب زمین برخی از نقاشان دایره را بعنوان مینای ترکیب های خود قرار داده اند.

مثلث: (ستاره شش پر)



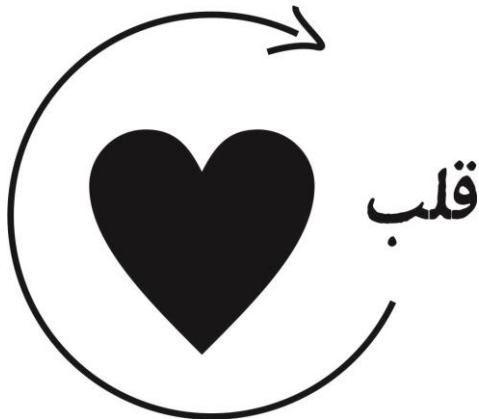
ستاره

ساده ترین شکل هندسی و همچنین اولین نماد دینی است. مثلث به عنوان اولین چندضلعی کامل سمبل ثبات است. مثلث رو به بالا که بعضا تیغ نیز گفته می شود سمبل عروج و نیز قدرت و آتش است. مثلث رو به پایین که جام نیز نامیده می شود نماد آب، بارش و باروری است.

این دو مثلث که با یکدیگر ترکیب شده مفهوم **اتحاد آسمانی** را می دهند.

بسته به اینکه مثلث چگونه قرار گیرد مفهوم مختلفی را القا می کند و بر روی پایه خود قرار بگیرد پایداری اگر به نوک تیز خود قرار بگیرد بی ثباتی و اگر نوک آن به شـرق و غـرب (صـورت و تحـرک) را نشان می دهد.

قلب یا دل ♥:



قلب

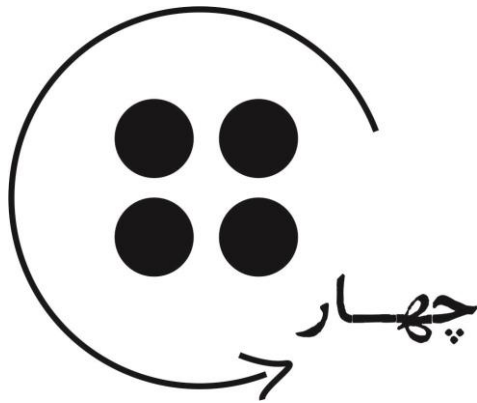
شکل قلب مدرن یک نماد است - یک نماد انتزاعی به جای یک نقاشی واقع گرایانه؛ در حالی که دارای برخی از مبانی در شکل واقعی است، آن را از دست دادن رابطه خود را با جسم آن را نشان می دهد - بسیار به عنوان چهره لبخند ارتباط کمی نسبت به چهره انسان، با عناصر ساده مرتب شده در یک الگوی معنیدار است. بازنمودهای اولیه قلب دورتر و

یادآور قلب بیولوژیکی بودند. تصاویر مصر از قلب تا حدودی شبیه یک گلدان بود، با دستگیره های پیشانی تا حدودی نشان دهنده رگهای بزرگ است.

قلب می تواند به عنوان نشانه احساسی، معنوی، اخلاقی و **نماد عشق** استفاده شود.

اشکال که به شکل قلب مدرن منجر می شود، تصور می شود که ریشه های آنها در شکل های شکل گونه ای پیچیده ای است که با شکل قلب ظاهر می شوند. اما این یک تاریخ پیچیده است - تا آنجا که تمام کتاب ها بر روی موضوع نوشته شده است. اولین نمایش شناخته شده قلب به عنوان یک نماد عشق عاشقانه در یک مینیاتور قرن ۱۳ میلادی ظاهر می شود و یک قهرمان با قلبش به یک خانم می رسد.

چهار:



علمای علوم مختلف عدد ۴ را عددی مقدس و کامل می نامند. مثلاً در بخش ریاضی و هندسه نظیر علمای چون اقلیدس، افلاطون، فیثاغورس اینگونه است؛

• اقلیدس:

عدد چهار رمز کل یک تا ده را با خود نشان می دهد به طور مثال: $1+2+3+4=10$ می شود.

• افلاطون:

اساس دنیا را در حقیقت عدد ۴ و آن را **عدد الهی** می داند. زیرا در جمع عددی ۱۰ دیده می شود و در زبان یونانی ها عدد ۱۰ به شکل دو خط متقاطع X می دانند. جالب است بدانید افلاطون هم عقیده دارد که خداوند، جهان را بر دو خط متقاطع (همان شکل X) آفریده است و جالب ترین که دانشمندان علوم نجوم، دو محور بر روی کره زمین متصور هستند که یکی از آنها دایره البروج را مشخص می کند و دیگری استوای آسمانی است. استوای آسمانی تصویر استوای زمین بر روی آسمان است. تقاطع های این دو محور همان تقاطع اعتدالین هستند و به این علت افلاطون اساس دنیا را همان دو خط متقاطع می داند و از طرف دیگر عدد چهار را هم عددی الهی می داند.

• فیثاغورس:

چهار عدد الهی است، خطاب به عدد ۴ داشتند؛ که ای چهار مقدس، تویی که شامل ریشه و منشاء خلقت جاری ابری هستی .

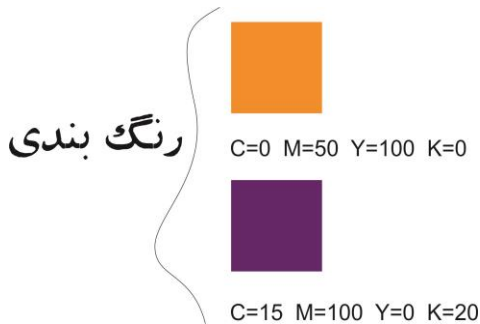
خلقت جسمانی انسان چهار عنصر است ، هر سال چهار فصل دارد، عملیات ریاضی به چهار عمل انجام می شود (جمع- منها- ضرب- تقسیم)، قلب انسان چهار رگ اصلی

دارد، ستاره ها به چهار دسته تقسیم می‌شوند، آب و هوا به چهار دسته تقسیم شده است، بدن انسان به چهار ستون تقسیم شده است (رایج است بین مردم که مثلاً چهار ستون بدنش سالم است)

و همچنین در بیانیه های عمومی در منابع مختلف آمده است:

نخستین شکل جامد از چهار به وجود آمده است؛ طرح یا نظم فضایی تعیین‌ایستایی که با دوران و پویایی در تضاد است. چهار یعنی کلیت، تمامیت، کمال، یکپارچگی، زمین، نظم، عقل، اندازه، نسبت، عدل. همچنین چهار نشان دهنده ی چهار جهت اصلی، چهار فصل، چهار باد، اضلاع مربع، بازوان صلیب، رودخانه های بهشتی، مناطق اهریمنی، دریاها، کوه های مقدس، گاه های شبانه روز، شکل‌های چهار گانه ماه، هر شی چهار بخشی، و چهار عنصر در غرب (در شرق به پنج عنصر قائلند) است. تریب خدایان با تثلیث در تضاد است. چهار در عهد قدیم عددی نمادین است، مثل چهار رودخانه ی بهشت که صلیبی شکل هستند، چهار بخش زمین و غیره، که معمولاً نمادهایی عالم گیرند. چهارتایی ها میتوانند همان طور که به شکل مربع و صلیب نشان داده می شوند به صورت چهار پر هم به تصویر در آیند.

رنگ :



از دیر زمان تاکنون اثرات روحی و روانی رنگ ها در افراد مختلف مورد توجه متخصصین قرار گرفته است. رنگ نقشی مهمی در تصمیمات ما ایفا می کند. هم کودکان و هم بزرگترها به رنگ های خاصی گرایش دارند. بیشتر مردم عقیده دارند که شواهد قطعی در مورد قدرت متقاعد کننده رنگ وجود ندارد، بلکه بر اساس شواهد حدسی و گفتاری است.

حس بینایی، همواره برای کسب اطلاعات درباره جهان پیرامون قوی ترین حس انسان به شمار می‌رود. رنگ ها در زندگی همه افراد حضور فعال و مؤثری دارند و به همین جهت از مهم ترین عناصر دیداری به حساب می‌آیند که دارای بار احساسی و عاطفی هستند. رنگ ها سبب می‌شوند تا بتوانید به درک محیط، کسب اطلاعات و جهت یابی پردازید و با محیط پیرامون ارتباط بیشتری برقرار کنید.

حال به بررسی روانشناسی رنگ های استفاده شده در این نشان میپردازیم

رنگ نارنجی :

این رنگ می تواند احساس های شادمانی، دوستانه بودن، با مزه بودن، خلاقیت، ماجراجویی، اشتیاق، موفقیت، تعادل، با اعتماد به نفس و گرم ایجاد می کند که هدف سازمان از انتخاب این رنگ، موفقیت، همبستگی، گرما بخشی (صمیمیت) می باشد .

رنگ بنفش :

این رنگ بیانگر معنویت، خلاقیت و عقلانیت می باشد .



خوشنویسی

خوشنویسی:

نام نوشته به قلم ثلث خطی پر حرکت و مواج است و حالتی رقص گونه دارد. گردش قلم در این خط روان است و یک سوم آن را سطح و دو سوم آن را دور تشکیل می دهد و به همین دلیل آن را ثلث نامیدند. کلمات با وجود درشتی حالتی به هم پیوسته دارند و حلقه های

حروف در آن مثل خط نسخ باز است. دنباله ی برخی حروف این خط به دنباله تیز و نازک (تشمیر) ختم می شود که با نیش قلم به وجود می آید.

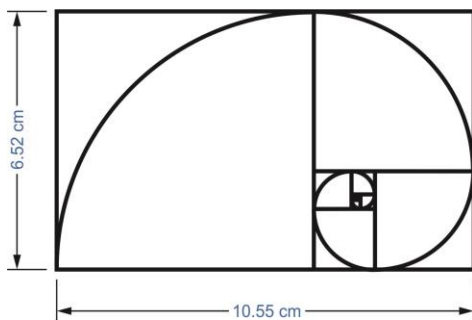
درثلث برای یک حرف شکل های متعددی وجود دارد و این کار امکان گسترده ای برای ترکیبات متنوع به وجود می آورد، اما استفاده از آنها و گزینش هر یک از شکل ها در جای مناسب، کار دقیق و نیازمند آگاهی از اصول این خط است.

خط ثلث برای نوشتن سرلوحه ها، جلدکتاب و عنوان سوره ها در قرآن و به ویژه در زیباترین جلوه خود یعنی بر روی کتیبه و کاشی کاری ها به کار رفته است، از این رو نماد فرهنگ اسلامی است. خط ثلث **نمایانگر قداست، عظمت، جدیت، عبادت و روحیه ای متعالی، برونگرا و پر انرژی** دارد.

نام نوشته ی فوق اثری فاخر به صبوری و قلم توانمند استاد غلامرضا ماهروی و ترکیب بندی محمد کرمی است، استاد ماهروی از معدود کاتبان قرآن به خط ثلث است که در

مدت ۷ سال نفیس ترین قرآن جهان اسلام را به این خط کتابت کرده است. با بیان اینکه ایران هم اکنون در عرصه کتابت به خط ثلث از سایر کشورهای جهان اسلام جلوتر است و اساتیدی مانند بکتاش و چلبی عنوان می کنند که ایران بهترین استادان کتابت به خط ثلث را دارد و اساتیدی همچون موحد و احمد عبدالرضا ای بی همتا هستند.

نسبت طلایی:



نسبت طلایی

طراحی و هنر یک موضوع کاملاً ذهنی و وابسته به طرز فکر افراد است. یک اثر هنری که از دید یک نفر ضعیف و بدرد نخورد تلقی می شود ممکن است از دید شخص دیگری یک شاهکار محسوب شود. اما برخی مواقع، وجود یک قانون یا تکنیک خاص در یک اثر آنرا برای هر کسی جذاب و دوست داشتنی می کند. یکی از این قوانین، نسبت طلایی فی محسوب می شود که در هنرهای مختلف مثل معماری، عکاسی، نقاشی، طراحی گرافیک و... بسیار کاربرد است.

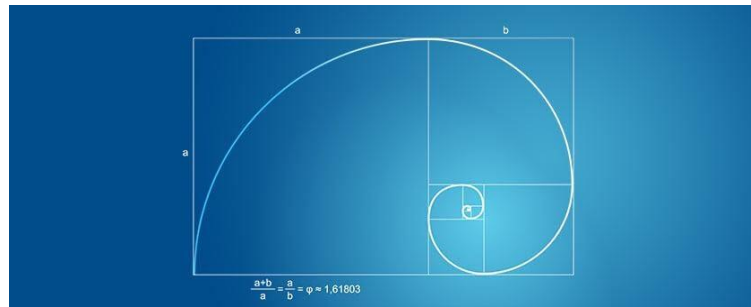
آیا تا کنون از خود پرسیده اید چه چیزی نقاشی مونالیزا را اینقدر عالی جلوه می دهد؟! پاسخ این سوال ممکن است در همین نسبت طلایی و عدد فی نهفته باشد. عدد فی یک قانون در ریاضیات است که به شما کمک می کند طرح متعادل تری ایجاد کنید که تاثیر آن بر روی ذهن بینندگان عمیق تر بوده و اثر شما مفید تر ارزیابی شود.

قانونی شگفت انگیز برای جذابیت بصری

در ریاضیات، معماری و یا هنر هنگامی که نسبت بخش بزرگ تر به بخش کوچکتر برابر با مجموع آن ها به بخش بزرگتر باشد را نسبت طلایی (ratio Golden) و یا عدد فی می گویند که عدد آن به طور تقریبی برابر ۱,۶۱۸ می باشد. طراحان برندهای بزرگ نیز از این قانون شگفت انگیز طبیعت بهره می برند و طراحی لوگوی خود را به گونه ای طرح ریزی می کنند تا هر چه بیشتر به این نسبت نزدیک شوند.

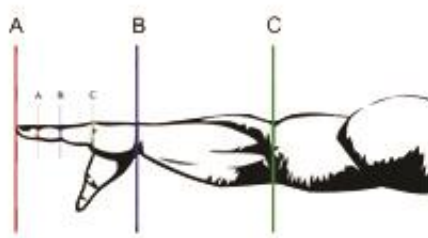
فی به چه معناست؟

فی، حرف اول نام فیثاغورث یونانی، برترین پیکرتراش سبک کهن است که به احتمال زیاد فیثاغورث، این نسبت عددی را در آثار هنری اش لحاظ می کرده و از آثار مشهور او می توان از نیایشگاه آتنا در آکروپولیس آتن و تندیس زئوس، در ۵۰۰ سال قبل از میلاد، اشاره نمود.



نسبت طلایی و مارپیچ طلایی

روانشناسان معتقدند که زیباترین ساختار مستطیلی از دید انسان، مستطیلی است که نسبت طول به عرض آن عدد فی (نسبت طلایی) باشد. چرا که این نسبت در شبکه چشم انسان رعایت شده به این دلیل انسان آن را زیباترین حالت می بیند. مصریان از این نسبت (عدد فی) در ساخت اهرام مصر، کمک گرفته اند. نسبت دقیق استخوان های انسان به هم توسط لئوناردو داوینچی اندازه گیری شد و اعلام کرد که از نسبت طلایی تبعیت می کنند. نسبت قد انسان نسبت به فاصله ناف تا پاشنه پا برابر عدد فی است.



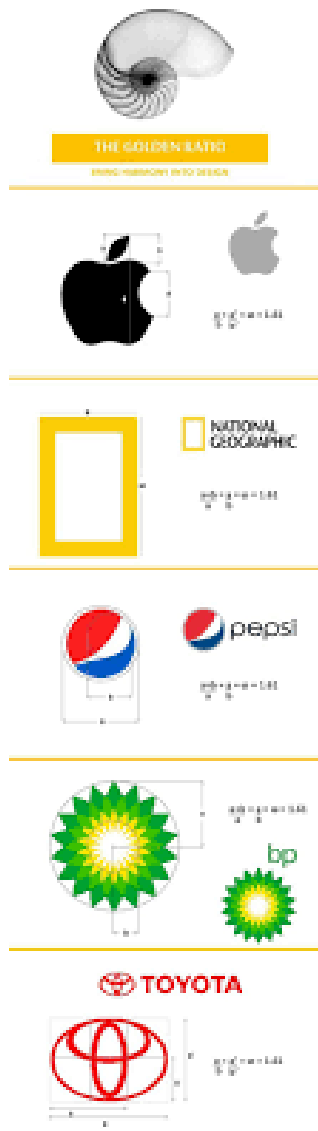
استفاده شگفت انگیز از عدد فی در آفرینش انسان نسبت فاصله نوک انگشتان تا آرنج به فاصله مچ تا آرنج برابر عدد فی می باشد. بیستون کرمانشاه در دوره هخامنشی، از این نسبت تبعیت نموده است. (به طول ۵ کیلومتر و عرض ۳ کیلومتر است. $۵:۳=۱٫۶$)

در معماری تخت جمشید، ارتفاع سر درها به عرض آنها عدد فی را تشکیل می دهد
فاصله کعبه از قطب شمال برابر ۷۶۲۶ کیلومتر و از قطب جنوب برابر ۱۲۳۹۰ کیلومتر
است که حاصل تقسیم این دو عدد ۱,۶۲۴۷ خواهد شد.

نسبت طلایی در طراحی لوگو

با مقدمه ای که ذکر شد می توان نتیجه گرفت که عدد فی یک نسبت ذاتی و خارق
العاده در طبیعت است که هر چه المان های بصری در معماری و طراحی به این عدد
نزدیک تر شوند، **ساختاری پایدارتر، منظم تر و زیبا تر** به خود می گیرند.

طراحان برندهای بزرگ نیز از این قانون شگفت انگیز طبیعت بهره می برند و طراحی
لوگوی خود را به گونه ای طرح ریزی می کنند تا هر چه بیشتر به این نسبت نزدیک
شوند.



تاریخچه توجه به عدد طلایی نه به زمان
فیوناچی بلکه به زمانهای بسیار دورتر می رسد.
اقلیدس در جلد ششم از سیزده جلد کتاب
مشهور خود که در آنها هندسه اقلیدسی را بنا
نهاد، این نسبت را مطرح کرده است. لوکا پاچیولی
در سال ۱۵۰۹ میلادی کتابی با عنوان نسبت
الهی (*The Divine Proportion*) تألیف کرد.
وی در آن نقاشی هایی از لئوناردو داوینچی
آورده است که پنج جسم افلاطونی را نمایش
می دهند و در آنها نیز به این نسبت اشاره
شده است. بسیاری از الگوهای طبیعی در بدن
انسان این نسبت را دارا هستند. نسبت طول ضلع
پنج پر منظم به طول ضلع پنج ضلعی منظم
برابر همین عدد است. همچنین در اهرام مصر نیز
این نسبت رعایت شده است.

فهرست منابع:

- هولیس، ریچارد، تاریخچه ای از طراحی گرافیک، ترجمه ی سیما مشتاقی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- پهلوان، فهیمه، درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم، انتشارات دانشگاه هنر.
- لوشر، ماکس، روانشناسی رنگ ها، ترجمه ی ویدا ابی زاده، انتشارات درسا.
- فریدریش، یوهانس، تاریخخط های جهان، ترجمه ی فیروز رفاهی، انتشارات دنیا.
- کووایاما، یامابورو، علائم تجاری و نمادها، ترجمه ی مصود نامدار، انتشارات کارگاه هنر.
- دان لوپ، ریچارد، نسبت طلایی و اعداد فیبوناتچی، ترجمه ی منصور معتمدی، انتشارات خانه ریاضیات اصفهان.