

إشكالية استخدام (التايوغرافي) المحافظ أو المتحرر في التصميم الجرافيكي المطبوع*

أحمد حسين إبراهيم وصيف¹، محمد حسين إبراهيم وصيف²

محمد خيرى عبد الصادق عمر³، محمود مراد محمد عبد اللطيف¹، وائل عبد الصبور عبد القادر¹

ملخص

تتعاظم أهمية استخدامات "التايوغرافي" في وقتنا الحاضر من خلال الوسائل المتعددة للاتصال المرئي بوصفه "اللغة المرئية" الأكثر تأثيراً في المتلقي من خلال وضوح اللغة، قابلية القراءة وجماليات التصميم من ناحية، ومن ناحية أخرى فهو يشجع المتلقي على استجابات متنوعة تتوافق مع الأهداف الإستراتيجية للإعلان بغرض التسويق أو بغرض التأثير في نوعية البيئة وحياة الناس وثقافتهم واحتياجاتهم بصورة أكثر فعالية. ويأتي هذا البحث لدراسة إشكالية/كيفية استخدام "التايوغرافي" بنمطية... سواء المحافظ ذو النقاليد الراسخة أو المعاصر ذو الاتجاهات الحديثة المتنوعة في مجالات التصميم الجرافيكي المطبوع المتعددة مثل: التصميم للمؤسسات (الشعارات والعلامات التجارية)، تصميم الكتب، الصحف والمجلات، تصميم الويب أو تصميم ملصقات الحملات الإعلانية.

الكلمات الدالة: التصميم الجرافيكي، "التايوغرافي"، المخطوطات، المحارف، الخطوط، التايوغرافي المحافظ، التايوغرافي المتحرر.

المقدمة

في البداية، ولكي نتجنب سوء الفهم، يجب توضيح ما تعنيه عبارة "اللغة المرئية" visual language و "اللغة اللفظية" verbal language ففي مجال التصميم الجرافيكي الاحترافي، تشير اللغة المرئية إلى المعاني التي تم إنشاؤها بواسطة الاتصال المرئي Visual Communication لكل من النص والصورة [Wang, 2008].

وكذلك يشير مصطلح "لغة مرئية" إلى الطابع والأهمية التي تم إنشاؤها بواسطة "التايوغرافي" المختار بعناية، أما "اللغة اللفظية/الشفهية" فتعني حرفياً الكلمات والعبارات والجمل.

وإن "التايوغرافي" يمتلك ذلك التأثير القوي في السيطرة على المعنى. فاللغة اللفظية، التي تعمل على تشكيل المعالجة البصرية للغة المرئية، تفرض سطوتها على المعنى اللفظي. وعليه، فإن الخيارات التايوغرافية تكون لها ذلك الأثر البالغ في المعنى وتأويله. فمن خلال هذه الخيارات يمكن تقديم نفس الرسالة بعدة طرق لنقل وتشجيع مجموعة متنوعة من الاستجابات لدى المتلقي. وإن الاختلاف في الثقافات والخبرات يؤثر على إدراك المتلقي للخطوط بطريقة أو بأخرى. وبغض النظر عن جهد المصمم ومهارته، لا يزال هناك عدد من الجوانب التي لا يمكن السيطرة عليها، بما في ذلك إدراك المشاهد، التوقعات، المعرفة، الخبرات والأفضليات. وعلى الرغم من استحالة حصر جميع هذه الاستجابات، التي لا يمكن التنبؤ بها، تجاه الخطوط، إلا أن الوعي بهذه المسألة أمر بالغ الأهمية [Knight & Glaser, 2012].

تعريف "التايوغرافي":

"التايوغرافي" ... هو مصطلح يوناني الأصل يتكون من مقطعين، المقطع الأول τύπος ويلفظ typos بمعنى "طبعة" impression والمقطع الثاني γράφειν ويلفظ graphia بمعنى "كتابة" Writing. ويعرف على أنه ... فن وتقنية ترتيب الحروف Types لإنتاج لغة مكتوبة واضحة، مقروءة، وجذابة عند عرضها [Plank, 2013].

* يُقدم الباحثون بجزيل الشكر والعرفان إلى جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، على الدعم المالي المقدم لمشروع البحث.

¹كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

²كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد، بورسعيد، مصر.

³كلية العمارة والتصميم، جامعة البترا، عمان، الأردن.

تاريخ استلام البحث 2018/2/7 ، وتاريخ قبوله 2019/12/9.

وترتيب الحروف ينطوي على اختيار المحارف Typefaces، أحجام النقاط point sizes، أطوال الخط line lengths، تباعد الأسطر line-spacing (leading)، تباعد الأحرف letter-spacing (tracking)، وضبط المسافة بين أزواج من الأحرف kerning [Brighurst, 2005].

ويتم تطبيق مصطلح "التايبوغرافي" أيضاً على نمط، ترتيب، ومظهر الحروف، الأرقام والرموز التي تم إنشاؤها بواسطة عملية الكتابة. ومهنة تصميم الحروف وثيقة الصلة بالتايبوغرافي، وتعتبر في بعض الأحيان جزءاً من "التايبوغرافي"؛ فمعظم التايبوغرافيين لا يقومون بتصميم (المحارف) Typefaces، وبعض مصممي الحروف type designers لا يعتبرون أنفسهم تايبوغرافيين [Berry, 2015]. ويمكن استخدام "التايبوغرافي" كأداة زخرفية، لا علاقة لها بإيصال المعلومات.

وإن "التايبوغرافي" هو عمل القائمين على تجميع الحروف typesetters (المعروف أيضاً باسم المصنفين compositors)، التايبوغرافيين، مصممي الجرافيك، مديري الفن art directors، فناني المانجا artists manga، وفناني الكتب المصورة comic book artists، فناني الكتابة على الجدران graffiti artists، والآن، فإن أي شخص يرتب الكلمات والحروف والأرقام والرموز لغرض النشر publication، العرض display، أو التوزيع distribution، من الكتبة الموظفين وكتاب الرسائل الإخبارية إلى أي شخص يقوم بالنشر الذاتي لمادته يعتبر مشغولاً بالتايبوغرافي.

وقبل العصر الرقمي، كان "التايبوغرافي" مهنة متخصصة. وقد فتحت الرقمنة الباب لفنون "التايبوغرافي" - على مصراعيه - لأجيال جديدة من المصممين والمستخدمين غير المرتبطين بها سابقاً، ويقول ديفيد جوري David Jury، رئيس قسم التصميم الجرافيكي في معهد كولشستر Colchester Institute في إنكلترا، أن "التايبوغرافي هو شيء يفعلها الجميع الآن" [Jury, 2006].

ومع انتشار القدرة على إنشاء "التايبوغرافي"، تقلصت في المقابل قابلية تطبيق المبادئ والممارسات الفضلى التي كانت قد تطورت على مدى أجيال من العمال المهرة والمتخصصين.

ولذا في الوقت الذي يمكن للتقنيات العلمية أن تدعم التقاليد التي أثبتت جدواها (على سبيل المثال، استخدام خطوط سيريف Serifs يحقق قدراً أكبر من الوضوح، الحروف الكبيرة والصغيرة، التباين...) من خلال فهم القيود المفروضة على الرؤية البشرية، فإن التايبوغرافي التي غالباً ما تواجه قد تفشل في تحقيق هدفها الموضوعي: التواصل الفعال effective communication.

التاريخ الموجز لتطور "التايبوغرافي"

وتعد الكتابة واحدة من أهم أشكال الاتصال الأساسية، وترجع جذورها إلى الهيروغليفية hieroglyphs أو الرسوم التخطيطية pictograms [Gove, 1993].

وقد استخدمت الكتابة في حضارات العالم القديم لتمثيل الأفكار، وسرعان ما تطورت هذه الصور إلى الحروف الهجائية alphabets والكتابة الفونوغرافية phonographic writing، مما أدى إلى تطوير النظم التايبوغرافية المتنوعة [Mihalicek & Wilson, 2011].

و"التايبوغرافي" يمتلك تاريخاً "مضيقاً" illustrious history، فهو بالتأكيد يمثل أحد المكونات الأساسية للتصميم الجرافيكي. ومن المؤكد أن مصممي الخطوط يحتاجون إلى فهم عميق وشامل للتايبوغرافي - وبالأخص تطوره - على مر القرون، وذلك من أجل دمج incorporate أو إحياء revive المحارف القديمة أو حتى المنقرضة extinct، اعتماداً على متطلبات هذه المحارف، وإعطاء الحروف لمسة معاصرة.

وسوف نعرض بإيجاز لـ "تطور التايبوغرافي" evolution of typography من أجل مزيد من التبصر، دون الخوض في التاريخ الغني له، وإنما فقط، لإلقاء الضوء على أهم المراحل التي غيرت مساره نحو التطور والحدثة.

العصر القديم - التحدث من خلال الصور:

لوحات الكهوف القديمة التي يعود تاريخها إلى 20000 ق.م ربما تكون أول اتصال كتابي مسجل. ومع ذلك، يقال إن الكتابة الرسمية قد وضعت من قبل السومريين Sumerians في حوالي 3500 ق.م.

ومع تقدم الحضارات، نمت الحاجة إلى التواصل من خلال مفاهيم معقدة، ومن هنا تطورت الهيروغليفية المصرية Egyptian hieroglyphics. وبحلول عام 3100 ق.م، بدأ المصريون دمج رموز أو صور في فنونهم، عمارتهم وكتاباتهم.

أيضاً، بحلول عام 1600 ق.م، طور الفينيقيون *Phoenicians* الرموز الصوتية *phonograms، أو الرموز symbols التي استخدمت لتمثيل الكلمات المنطوقة [Rolling, 1983].

في الوقت الحاضر، لدينا عدد من الرموز الصوتية التي ارتبطت بالأبجدية الإنجليزية مثل % لتمثيل "النسبة المئوية" و # لتمثيل "رقم" وهلم جرأً وهكذا دواليك.

وينسب للفينيقيين الفضل في إنشاء الأبجدية الأولى، وحوالي عام 1000 ق.م - تم استخدام نفس الأبجدية من قبل اليونانيين Greeks. وفي الواقع، إن كلمة **الأبجدية** هي مزيج من أول حرفين يونانيين، "ألفا" Alpha و "بيتا" Beta [Siebert, 2015]. بعد عدة سنوات، استخدم الرومان The Romans هذه الأبجدية اليونانية وعلى نفس الأسس، بطراز يعتمد على أبجدية الأحرف الكبيرة Uppercase Alphabet، والتي لا تزال تستخدم إلى اليوم. كما أنهم صقلوا فن الكتابة اليدوية the art of handwriting وابتكروا عدداً من الأشكال المختلفة للحروف. وبالإضافة إلى ذلك، فقد أدخلوا أيضاً أبجديات طباعية scripts مختلفة - رسمية وغير رسمية تناسب جميع أنواع الكتابات بصورة متعاقبة.

العصور الوسطى - المخطوطات المكتوبة بخط اليد والمصورة بشكل جيد :

كانت العصور الوسطى تعج بالمخطوطات المكتوبة بخط اليد والمصورة بعناية. وقد أدى ذلك إلى تطور مجموعة واسعة من أساليب الكتابة.

امتلكت "أبجديتا أنشال" Uncials حروف الرومان الكبيرة... شكل (أ1) و حروف الرومان الصغيرة Half Uncials ... شكل (ب1) سمات بارزة، مع حروف مدورة، وأكثر دقة. فن الخط بالقلم اليدوي Calligraphy جنباً إلى جنب مع إخراج الصفحة page layout والتشكيل الحروفي شكلوا قاعدة جديدة. فقد سافر أساتذة الخط اليدوي عبر العالم المعروف لتبادل المعرفة مع النخبة المتعلمة [Nesbitt, 2002].

Equia
fit ante
at non

TORREI
EMNO
ABCDEF

شكل (ب1) أبجدية حروف الرومان الصغيرة، القرن السادس الميلادي

شكل (أ1) أبجدية حروف الرومان الكبيرة، القرن السادس الميلادي

http://www.designhistory.org/Handwriting_pages/Uncials.html

شكل (2) أبجدية "أنشال"، صفحة داخلية من "كتاب كيلز"، إيرلندا، 800م.

غوتنبرج والطباعة الحديثة:

خلال هذا الوقت، ظهرت كل من المحارف العملية والزخرفية جنباً إلى جنب بشكل جماعي، مع وزن أخف وتخطيط للصفحة أكثر تنظيماً مزينة برسوم توضيحية بالغة الرقة... شكل (2)، ومع الثورة الصناعية أصبح "التايوغرافي" يتمحور في التواصل مع الجماهير .

من خلال العلامات والملصقات والصحف والدوريات والإعلانات، أصبحت المحارف أكبر وأكثر جذباً للمتلقي، باستخدام تظليل وحروف أكثر جرأة، إضافة إلى محارف "سيريف" و "سانس- سيريف" التجريبية.

وفي ذلك العصر تم تسليط ضوء رئيسي آخر على " التايوغرافي " الزخرفي.

في القرن التاسع عشر، أصبح فن العصور الوسطى والحرف الشعبية أمراً شائعاً، كما تطورت الأساليب الفنية العالمية بشكل كبير [Updike, 1937].

التحول إلى الحاضر:

بحلول القرن العشرين، حولت الحواسيب تصميم المحارف إلى عملية بسيطة إلى حد ما، وقد سمح هذا لعدد من عائلات الخطوط والأنماط أن تتكاثر أضعافا مضاعفة، وهناك الآلاف منها متاح الآن.

لسوء الحظ، حدث خلط بين المحرف typeface والخط font (الأنماط المتنوعة من المحرف الواحد) عام 1984م، عندما أخطأ "ستيف جوبز" Steve Jobs في تسمية المحارف بالخطوط في أجهزة كمبيوتر أبل Apple computers وقد استمر هذا الخطأ في مجال صناعة الكمبيوتر، مما أدى إلى سوء استخدام شائع من قبل العامة لمصطلح "الخط" في حين أن "المحرف" هو المصطلح الصحيح [Sharpniddle, 2016].

وليس خافياً عن الجميع، أن مصممي الجرافيك يمتلكون في هذه الأيام ترف الأدوات والتكنولوجيا التي لا نهاية لها لخلق مجموعة واسعة من الأساليب التايبوغرافية وحتى عائلات بأكملها من الخطوط والمحارف... ومسلحين بفهم التاريخ التايبوغرافي، يمكن لمصممي الجرافيك أن يوسعوا آفاقهم ويعززوا مهاراتهم لإنتاج مجموعة أكثر دقة من العمل التايبوغرافي المتكامل.

وإن فهم مختلف مبادئ التواصل البصري في "التايبوغرافي" منذ فجر التاريخ يمكن أن يساعد المصممين على تحديد العناصر التي ظلت كما هي وتلك التي تطورت مع الوقت، فضلاً عن العوامل التي ساهمت في نجاحها أو فشلها.

ومن الأساليب التايبوغرافية القديمة إلى الحروف المتحركة التقليدية، تاريخ "التايبوغرافي" يمكن أن يساعد المصممين على تطوير أسلوب أكثر استنارة وتماسكاً مبني على الماضي. فهناك الكثير لنتعلمه من الماضي، والكثير من الإلهامات التي نطمح في اكتشافها.

التاريخ يسمح أيضاً للمصممين بالتعلم من أخطاء الماضي، وفهم الخيوط المشتركة، وإعادة ابتكار أشكال الحروف الكلاسيكية و تطوير أنماط "التايبوغرافي" المبتكرة innovative typographic styles ، التي يمكن أن تضيف بفخر إلى الكم المتوفر من الإبداعات [Siebert, 2015].

نطاق التايبوغرافي:

لقد أصبحت دراسة وممارسة "التايبوغرافي"، في الاستخدامات المعاصرة واسعة للغاية، فهي تغطي جميع جوانب التصميمات والتطبيقات، سواء الميكانيكية مثل (التنضيد typesetting، تصميم نوع الخط type design، وعائلات الخطوط typefaces) أو اليدوية مثل: (الكتابة اليدوية handwriting و قلم الخط calligraphy). وقد تظهر العناصر التايبوغرافية في تشكيلة واسعة من الحالات، بما في ذلك:

- المستندات Documents
- العروض Presentations
- التايبوغرافي المخصص للعرض Display typography
- الملابس Clothing
- الخرائط واللمصقات التعريفية Maps and labels
- لوحات أجهزة السيارة Vehicle instrument panels

وكأحد مكونات التصميم الصناعي - فإن الخطوط تتواجد بالضرورة على الأجهزة المنزلية، الأقلام، وساعات اليد، على سبيل المثال [Murray, 2009].

وكأحد مكونات الشعر الحديث (انظر، على سبيل المثال، أشعار "إدوارد إستلين كومنجز" Edward Estlin Cummings (October 14, 1894 – September 3, 1962).

Buffalo Bill's defunct who used to ride a watersmooth-silver stallion and break onetwothreefourfive pigeonsjustlikethat Jesus he was a handsome man and what i want to know is how do you like your blueeyed boy Mister Death From "Buffalo Bill's" (1920) [Kennedy, 1980].

ومع بداية عصر الرقمنة، انتشرت استخدامات "التايبوغرافي" في مجموعة واسعة من التطبيقات، وأصبحت تظهر على صفحات الويب، وشاشات الهاتف المحمول، وألعاب الفيديو المحمولة.

عائلات النصوص:

تقليدياً، تكمن أهمية النص في خلق خطوط قابلة للقراءة، متماسكة ومرضية بصرياً، بحيث تعمل بشكل خفي دون أن يشعر بها القارئ. كما أن توزيع مجموعة الحروف، مع الحد الأدنى من الانحرافات والشذوذ، يهدف إلى تحقيق الوضوح clarity

والشفافية transparency.

إن اختيار عائلة الخط Typeface هو الجانب الأساسي في كتابة النصوص text typography: الكتب الخيالية وغير الخيالية، التحريرية، التربوية، الدينية، العلمية، الروحانية والكتابات التجارية... كل هذه الأنواع المتباينة من الكتب لها خصائص ومتطلبات مختلفة من عائلات الخطوط المناسبة (وحروفها أو أنماطها).

بالنسبة للمادة التاريخية، يتم اختيار أنماط النصوص التي تم إنشاؤها في كثير من الأحيان وفقاً لمخطط من الأدب التاريخي المكتسب من خلال عملية طويلة من التراكم، مع تداخل كبير بين الفترات التاريخية.

الكتب المعاصرة هي الأكثر احتمالاً أن تكون قد أعدت بشكل رائع "النص الروماني" أو "الكتب الرومانية" المنفذة بواسطة استخدام "محارف تمتلك ذنابات" Serifs وقيماً تصميمية تردد فنون التصميم في الوقت الحاضر، والتي تستند بشكل وثيق إلى النماذج التقليدية كتلك التي صاغها نيكولا جينسون Nicolas Jenson (1420-1480م)، فرانشيسكو غريفو Francesco Griffo (1450-1518م)، (وهو قاطع الحروف المعدنية punch cutter الذي أنشأ نموذج محارف ألدين Aldine typefaces) [Tracy, 1986]، وكلود غاراموند Claude Garamond (1510-1561م).

ومع وجود متطلبات أكثر تخصصاً تعتمد الصحف والمجلات على أنماط عائلات الخطوط المدمجة والملائمة بإحكام ذات الذنابات المصممة خصيصاً لهذه المهمة، والتي توفر أقصى قدرًا من المرونة، القدرة على القراءة، الوضوح والاستخدام الأمثل لمساحة الصفحة. وغالباً ما تستخدم النصوص المنفذة باستخدام محرف Sans Serif (بدون ذنابات) للفقرات التمهيدية، والنص العرضي، وكافة المقالات القصيرة.

والأسلوب الحالي هو إقران محرف Sans Serif (بدون ذنابات) لكتابة العناوين، مع محرف Serif، وهو ذلك النمط المطابق ذو الأداء العالي لكتابة نص المقالة.

يتم تعديل اتفاقيات التنضيد من قبل علم التهجئة واللسانيات، بنائيات الكلمة، ترددات الكلمة، التشكيل، البناءات الصوتية والتركيب اللغوي للجملة. وتخضع اتفاقيات التنضيد أيضاً لتعديلات ثقافية محددة. على سبيل المثال، في اللغة الفرنسية العرف هو إدراج مسافة قبل علامة المقولة (:) أو الفاصلة المنقوطة (؛) في جملة ما، أما في اللغة الإنجليزية فلا يتم إدراج تلك المسافة قبلية.

مبادئ حرفة التايبوغرافي:

هناك ثلاثة جوانب أساسية للتايبوغرافي هي:

- الوضوح legibility
- قابلية القراءة readability
- جماليات التصميم aesthetics

وعلى الرغم من الاستخدام المترادف لكلمتي "واضح" و "قابل للقراءة" في المعنى غير التقني، غير أنهما منفصلتين تايبوغرافياً، ولكنهما مرتبطتان في ذات الوقت مفاهيمياً. إن الوضوح وقابلية القراءة يميلان دائماً إلى دعم الجوانب الجمالية للمنتج التايبوغرافي.

وإن **الوضوح** يصف كيف يمكن بسهولة تمييز الصفات الفردية للحروف عن بعضها البعض. وقد وصفها "والتر تريسي" Walter Tracy بأنها "تلك النوعية القابلة للحل والتعرف عليها" [Tracy, 1986].

وعادة ما يقاس وضوح الخط من خلال سرعة القراءة، مع نتائج الفهم المستخدمة للتحقق من الفاعلية (وكونها ليست قراءة متسعة أو عابرة) [Reynolds, 1988].

أما **القابلية للقراءة** فهي تشير إلى مدى سهولة قراءة النص ككل، بدلاً من التعرف على الصفات الفردية للحروف التي توصف بالوضوح. إن استخدام الهوامش، والتباعد بين الكلمات، والمباعدة بين الأسطر، ونقاء هيكل المستند، كل ذلك يؤثر في قابلية القراءة. بعض الخطوط fonts أو أنماط الخطوط font styles، على سبيل المثال خطوط "سانس-سيريف"، تعتبر ذات قابلية قراءة منخفضة، وبذلك تكون غير مناسبة للنصوص الكبيرة [Tracy, 1986].

إن الاهتمامات **الجمالية** في التايبوغرافي تتعامل ليس فقط مع الانتقاء الدقيق لواحد أو اثنين من المحارف المتوافقة والأحجام النسبية للخطوط، ولكن أيضاً مع الإخراج الفني للعناصر التي سيتم طباعتها على سطح مستو بشكل جذاب ودال على حسن الذوق، وسط العناصر الأخرى. لهذا السبب، يحاول التايبوغرافيون الانتباه إلى المبادئ التايبوغرافية، الأكثر شيوعاً:

- اختيار ثلاثة ألوان كحد أقصى، بحيث تكون منسجمة مع بعضها البعض ومع لون الورقة والألوان المهيمنة في الصورة

أو الرسومات.

- اختيار اثنين من المحارف كحد أقصى في الصفحة الواحدة، شريطة "التطابق".
- اختيار ثلاثة خطوط كحد أقصى وثلاثة أحجام.
- تحديد حجم تباعد الأسطر بحيث يكون الأمثل والأكثر إرضاءاً للعينين.
- يجب أن يكون عدد التحسينات المختلفة، مثل حجم الخطوط الأكبر greater size، والخط العريض bold، والخطوط المائلة italic fonts، والكتابة بالأحرف الكبيرة capitalization، أو محرف مختلف، لون مختلف، كالمستخدم في العناوين الرئيسية headlines والكلمات التي يتم التأكيد عليها داخل الكتلة النصية، محدوداً ومتسقاً، وأن يتم اختياره بحكمة.
- تجنب (استخدام الخطوط السفلية) للتوكيد، فهي كالتطاعون، ويجب ألا تكون على رأس تعزيز آخر.
- يجب وضع النص بحكمة ليقوم بقيادة العين إدراكياً من نص إلى آخر بصورة طبيعية.
- العنوان الرئيسي متعدد الأسطر يجب أن يجرأ إلى عبارات (ولا ينبغي تقسيم أي عبارة إلى سطرين).
- يجب تجنب الأرمال widows أو الأيتام orphans (غير مسموح بكتابة سطر بداية الفقرة في أسفل الصفحة، كما لا يسمح بالسطر الأخير من الفقرة في أعلى الصفحة)...
- وبالمثل يجب تجنب العنوان الرئيسي في أسفل الصفحة.
- كما أن السطر الأخير من الفقرة يجب أن يتدفق مع الأسطر السابقة ولا يقف وحده تحت الصورة.
- ينبغي ألا تكون عناصر الطباعة متناثرة كمزيج أزياء في أرجاء الصفحة، إلا إذا كان المقصود هو توكيد مبدأ المزج.
- الحرفان V و W في بداية سطر الفقرة يجب أن يمتدا قليلاً إلى يسار خط التدفق الأيسر العمودي لإعطاء انطباع بصري بأنه يتدفق مع الأسطر التي تقع أسفله [Miller, 2014].

الفرق بين استخدام التايبوغرافي المحافظ والتايبوغرافي المتحرر

تعريف الاتجاه المحافظ Conservative:

إن الاتجاه المحافظ في "التايبوغرافي" يعني التخلص من كل ما هو جديد والحفاظ على ما هو قائم، بمعنى استعادة الخصائص التقليدية، والحد من التغيير... كما يعرف على أنه التقليدية في النمط أو الطريقة؛ وتجنب الحداثة أو البهرجة.

تعريف الاتجاه المتحرر Liberal:

إن الاتجاه المتحرر عامة هو ذلك الذي يحترم ويسمح بمختلف أنماط المعتقدات أو السلوك، كما يعرف على أنه الأخذ والعطاء بطريقة سخية.

وأما إذا استخدم المصطلح في مجال "التايبوغرافي" خاصة، فهو يعني أن الاتجاه ليس صارماً؛ وأنه لا يهتم أو يكثر بالتفاصيل. وقد يذكر هذا الاتجاه في مراجع أخرى باسم الاتجاه العصري Trendy - وهو الشائع، أو الجديد، ويتميز بكونه سريع الزوال، سطحي، وبأنه يساير الموضة أو الذوق العام.

والسؤال الآن: هل الخطوط المتحررة هي عائلة "سانس سيريف" والخطوط المحافظة هي عائلة "سيريف"؟ ... الأمر لم يعد بهذه البساطة.

كتب "مارك ويلسون" Mark Wilson*:-

يطلق على الخطوط اسمان "بولو" Bulو و"ترول" Trolا، وكلاهما يعني "خدعة" hoax باللغة الإسبانية. وقد تم إنتاجهما في مسبك "تيبوغرافيس" Tipografies للخطوط عام 2013 م، كمحرف واحد أساسي، انقسم بعد ذلك إلى نسختين: "سيريف" serif (الزخرفي) بذنابات و "سانس سيريف" sans serif (المنتظم) بدون ذنابات [Wilson, 2015] ... شكل (3).

* مارك ويلسون:- كاتب كبير يعمل في شركة "فاست" Fast، ومؤسس موقع Philanthroper.com.



شكل (3) صورة توضح خط "سيريف" جهة اليمين، وخط "سانس- سيريف" جهة اليسار.

<https://www.fastcompany.com/3046419/is-there-a-difference-between-liberal-and-conservative-typography>

ولكن المصمم "جوردي إمدوداس" *Jordi Embodas* * (برشلونة، 1977) تخيل أيضاً هدفاً آخر: فقد رأى أن "ترولاً" يميل قليلاً إلى الاتجاه المحافظ، بينما يرى "بولو" متحرراً [Wilson, 2015]. وبناء على ذلك فقد قام بتوظيف مؤسسة التصميم "موتشو" Mucho لأخذ هذا المفهوم لآفاق أبعد، وتحويل كل "محرف" Typeface ليستخدم في جريدة خاصة به. "ترولاً"، الذي يتميز بنسقه القديم ذي الزوائد في نهايات الأحرف الكبيرة أضحي منشوراً محافظاً مستكماً بالعناوين التقليدية في المركز. وفي الوقت نفسه فإن "بولو"، بحروفه المتأنقة، أصبح متحرراً، مع إخراج أكثر تجريبية وعناوين رئيسية مبررة ناحية اليمين واليسار. (ملاحظة: الورقة المليئة باللون الأزرق هي بالفعل ورقة تقليدية محافظة، والحمراء هي الورقة العصرية الشائعة، والتي سوف تبدو غريبة على أولئك المقيمين في الولايات المتحدة، الذين اعتادوا على عكس ذلك تماماً... شكل (4)).

* جودي إمدوداس: مصمم جرافيكي ومصمم خطوط Type Designer أسباني، عمل في تدريس التايبوغرافي في مدرسة إليسافا Elisava، ومع تطور التايبوغرافي في بلده أسبانيا، أصبح من الشخصيات الشهيرة، كما تم تقديره حديثاً في مجال التايبوغرافي.



شكل (4) صورة توضح خطوط "بولو" جهة اليمين، وخطوط "ترولولا" جهة اليسار.

<http://abcdefridays.blogspot.com/2015/12/typography-in-politics.html>

وإن عائلة خطوط "سيريف" serif، عند توظيفها في الاستخدامات التحريرية، مثل الكتب، المجلات أو الصحف، فإنها تستخدم بشكل أكبر لأنها أكثر راحة للقراءات الطويلة. و هي أكثر تقليدية، وذلك لبناء صحيفة "محافظة" conservative أو يمينية right wing newspaper، ويوضح "إمبوداس" قائلاً: "شعرت أنها كانت أكثر ملاءمة"، فخطوط عائلة "سانس- سيريف" بدون ذنابات Sans serif تصلح للنصوص، كونها أكثر معاصرة... والصحيفة التي تستخدم خطوط عائلة "سانس سيريف" في النص الأساسي، فإنما تقوم بمغامرة محفوفة بالمخاطر. وفي الواقع، لا يوجد أي كتب تقريباً، صحف، أو مجلات تستخدم "سانس- سيريف" كخطوط للنص.

إن وجهة نظر "إمبوداس" تصبح تدريباً رائعاً للفكر. و حين سئل: هل محارف "سانس- سيريف" أكثر تحفظاً؟ أجاب: ذلك يعتمد على العدسة التي تنظر من خلالها [Wilson, 2015].

وفي مصطلحات وسائل الإعلام القديمة، فإن خطوط "سيريف" تستحضر صور جريدة "نيويورك تايمز" New York Times أو "نيويورك ركر" New Yorker. وليس أياً من الصحيفتين ما يمكن أن يصنف كمحافظ. (فكلاهما اتهم بالتحيز الليبرالي). لذلك، ومن خلال هذا الإدراك، يبدو أن وجهة نظر "إمبوداس" بها مسحة من الإخفاق؛ لأنه في الوقت نفسه، لديك "فوكس نيوز" Fox News، وهو المصق الوليد لوسائل الإعلام المحافظة، مع كلمة "فوكس" FOX المطبوعة بحروف "سانس- سيريف" الغليظة. ولكن عندما ينظر المرء في الحملات السياسية، فإن وجهة نظر "إمبوداس" تتحقق بصورة أكثر صدقاً. فقد استخدم "أوباما" مزيجاً من "سيريف" و "سانس- سيريف" بصورة تقليدية، ولكنه استخدم "سانس- سيريف" في رسائله الأكثر أهمية، بما في ذلك المصق الشهير للمصمم شيبارد فيري Shepard Fairey (15 فبراير 1970) الذي حمل كلمة "أمل" HOPE في إصدارات منه... شكل (5)، كما حمل كلمة "تغيير" CHANGE و "تقدم" PROGRESS في إصدارات أخرى، بينما استخدم كلا خصميه "جون ماكين" McCain John و "ميت رومني" Romney Mitt خطوط "سيريف" التقليدية... شكل (6)، (ومن الواضح، أن كلاهما فقدوا فاعلية تلك الرسائل السياسية). [Wilson, 2015].



شكل (5) الملصق الانتخابي للمرشح الديمقراطي "باراك أوباما"، 2008م.

https://en.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama_%22Hope%22_poster



شكل (6) صورتان توضحان استخدام خطوط "سيريف" في حملة "رومني" جهة اليمين، واستخدام مزيج في حملة "أوباما" جهة اليسار، أميركا، 2012.

https://en.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama_2012_presidential_campaign#/media/File:Obama_2012logo.svg

ولقد تشكلت انتخابات عام 2016 على نحو مختلف، فاستخدمت هيلاري كلينتون "سانس- سيريف" في صنع علامتها التجارية المبكرة؛ ولكن مرشح ديمقراطي آخر، هو "لينكولن تشافي" *Lincoln Chafee*، استخدم مزيجاً من "سيريف" و "سانس- سيريف" وكذا جميع المرشحين الجمهوريين التي طرحت أسماءهم. "مايك هكابي" *Mike Huckabee*، "كارلي فيورينا" *Carly Fiorina*، و"راند بول" *Paul Rand* استخدموا علامات تجارية منفذة بخطوط بدون ذنابات... شكل (7)، وكننتيجة لذلك، فقد اكتسبوا شعوراً معاصراً أكثر قياساً بـ "تيد كروز" *Ted Cruz*، الذي استخدم "سيريف"... شكل (8)، كما لو أنه عاد إلى عام 1890 من جديد، ولكن في قيامه بذلك، ميّز نفسه عن المرشحين الآخرين.



شكل (7) خطوط "سيريف"، شعار حملة "بول راند" في الانتخابات الرئاسية، أميركا، 2016.

<https://freebiesupply.com/logos/rand-paul-logo/>



شكل (8) خطوط "سانس - سيريف"، شعار حملة "تيد كروز" في الانتخابات الرئاسية، أميركا، 2016.

<https://www.creativelive.com/blog/campaign-logos/>

وبطبيعة الحال، فإن العملية لا تقتصر على اختيار الخط الجوهري الصحيح لضمان نجاح العلامة التجارية للحملة. لأنه في حين أن شعار "كروز" كان متميزاً، إلا أن الشعار تضمن درجة رمادية باهتة، مقترناً ببعض التحرير بواسطة "كيرنينج" kerning (ضبط المسافة بين أزواج من الأحرف) بدا غريباً على نحو مضحك - وبذلك فهو أي شيء عدا كونه تقليدياً أو رفيع المستوى [Wilson, 2015].

خلاصة القول، أن "التايبوغرافي" الذي يمتلك ذلك التأثير القوي في السيطرة على المعنى، أضحي مرادفاً لمصطلح اللغة Language، في كل أنماط الفنون المرئية، إذ ذابت الفوارق بين المعنى اللفظي والمعالجة البصرية الموازية، وأمست الخيارات التايبوغرافية أداة فاعلة للمصمم الجرافيكي في تقديم ذات الرسالة بعدة طرق لنقل وتشجيع مجموعة متنوعة من الاستجابات. وعملياً، فإن كم الإنجاز الذي لا نهاية له، في مجال "التايبوغرافي" يجعل من المستحيل على مصممي الجرافيك في الوقت الحاضر الاعتماد على كل تصميم محرف من المحارف الموجودة.

ومع ذلك، فمن المهم أن نكون على دراية جيدة بالأساليب التايبوغرافية، المحارف القديمة المثلى، وأصول المحارف الشائعة. وإن الموضوع لا يتمحور فقط حول المعرفة النظرية، فأيضاً؛ الفهم القوي لفنون "التايبوغرافي" يساعد المصممين على فهم وتلبية احتياجات العملاء بصورة أكثر فاعلية.

المصادر والمراجع

- Berry, John D. (2015) "dot-font: Being a Typographer", CreativePro. Creative Publishing Network and CreativePro., Retrieved 7 April 2015.
- Brighurst, Robert (2005), *The Elements of Typographic Style*, version 3.1., Canada: Hartley & Marks, p. 32.
- Gove, Philip Babcock (1993), *Webster's Third New International Dictionary of the English Language Unabridged*, Merriam-Webster Inc., ISBN-10: 0877792011.
- Jury, David (2006), *what is Typography?* Mies, Switzerland: Rotovision. p. 63. ISBN-10: 2888931036

- Kennedy, Richard S., (1994), *Dreams in the Mirror* (2nd Ed.), New York: Liveright.p.186, ISBN 978-0-87140-1590
- Knight, G. & Glaser, J. (2012), *When Typography Speaks Louder Than Words*, (on-Line), available: <https://www.smashingmagazine.com/2012/04/when-typography-speaks-louder-than-words/#mn>
- Mihalicek, Vedrana & Wilson, Christin (2011), *Language Files: Materials for an Introduction to Language and Linguistics*, Ohio University Press, page 42. ISBN-10: 081425179X
- Miller, Joe (2014), "Type: course reader. Fall edition, ©1991–2012 Joe Miller, p.7-11.
- Murray, Stuart A. P. (2009), *The Library: an Illustrated History*, ALA edition, Skyhorse, page 131. ISBN-10: 1616084537
- Nesbitt, Alexander (2002), *the History and Technique of Lettering*, Dover Publications, p. 74, ISBN 10: 0486204278
- Plank, Frans (2013), *Progress in typology*, Universität Konstanz, p.6.
- Reynolds, Linda (1988), "Legibility of Type", *Baseline*, vol. 10
- Rolling, W. (1983), *the phoenician language: remarks on the present state of research*, *Analisi di iscrizioni fenicie: AION*, 37 (1977), pp. 403-16.
- Sharpniddle, Amanda (2016), *ITF – Ennore*, NYC, p.15.
- Siebert, John (2015), *The Evolution of Typography: A Brief History*, (on-Line), available: <http://www.printmag.com/typography/evolution-typography-history/>
- Tracy, Walter (1986), *Letters of Credit*, David R., Godine Pub, ISBN 10: 0879236361
- Updike, Daniel Berkeley (1937), *Printing Types, their History, Form and Use*, Harvard University Press, Cambridge, p.2.
- Wang, Jia (2008), *Visual Language in Visual Communication*, Asian Social Science, Vol.4, No. 8, p.140.
- Wilson, Mark (2015), *Is There A Difference Between Liberal And Conservative Typography?*, (on-Line), available: <https://www.fastcodesign.com/3046419/is-there-a-difference-between-liberal-and-conservative-typography>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Typography#Principles_of_the_typographic_craft.

The Problem of Using Conservative or Liberal Typography in the Printed Graphic Design

*Ahmed Husain Ibrahim Waseif¹, Mohammed Husain Ibrahim Waseif²,
Mohamed Khairy Abd el Sadek Omar³, Mahmoud Mourad Mohamed Abd el Latief¹,
Wael Abdel Sabour Abd el Qader¹*

ABSTRACT

The use of "typography" today is increasingly recognized through multiple means of visual communication as the most influential "visual language" in the recipient through language clarity, readability and design aesthetics. On the other hand, it encourages the recipient to respond in a variety of responses corresponding to marketing strategy or to influence the quality of the environment, people's lives, cultures and needs more effectively. This research is a problematic study/modality of using "typography" in its Styles ... Whether the Conservative with the solid traditions or the Contemporary with the New Trends in Graphic Design fields of such as: - Corporate Design (logos and branding), Editorial Design (Magazines, Newspapers and Books), web design or Campaigns poster design.

Keywords: Graphic Design, Typography, Manuscripts, Typefaces, fonts, Conservative Typography, Liberal Typography.

¹ Faculty of Architecture and Design-Middle East University, Amman – Jordan.

² Faculty of Specific Education, Port Said University, Port Said – Egypt.

³ Faculty of Architecture and Design, Petra University, Amman Jordan.

Received on 7/2/2018 and Accepted for Publication on 9/12/2019.