چالش‌های فرهنگی کمبود قلم‌های فارسی مناسب در ایران[1]

سودابه صالحی[2]، احمد صالحی کاخکی[3]، محمد درویشی[4]

چکیده

قلم‌های اولیهٔ فارسی که با ملزومات صنعت چاپ به ایران وارد شدند، فرم‌هایی از حروف را رایج کردند که با ذائقهٔ فرهنگی ایرانیان هماهنگ نبوده ولی ضرورت و مزیتی چون سرعت در چاپ، استفاده از آنها را فراگیر و موجب شده است با اندک تغییراتی تا به امروز مورد استفاده قرار گیرند. هدف از نوشتار پیش‌رو، استخراج و ارزیابی چالش‌های فرهنگی ناشی از کمبود قلم‌های فارسی در ایران بوده و به‌طور خاص در پی پاسخ‌گویی به این سؤال است که کمبود قلم‌های فارسی مناسب در ایران چه اثراتی را در پی داشته و دارد.

روش تحقیق، توصیفی ـ تحلیلی است و اطلاعات موردنیاز به روش اسنادی از منابع چاپی و الکترونیکی گردآوری شده است. در این نوشتار، چالش‌های اصلیِ فرهنگیِ شناسایی‌شده عبارتند از: عدم تنوّع کمّی و کیفی و قدیمی بودن اغلب قلم‌هایِ تایپیِ پرکاربرد فارسی؛ کمبود قلم‌های اختصاصی؛ کمبود خانوادهٔ کامل اقلام؛ کمبود قلم‌های تایپی مناسب و کاربردی در رسانه‌های الکترونیکی و دیجیتالی؛ کمبود قلم فارسی هم‌آهنگ با قلم‌های لاتین و عدم آموزش اصولی طراحی قلم فارسی در مراکز آموزش عالی ایران. وجود این چالش‌ها باعث تغییر زیبایی‌شناسی استفاده‌کنندگان از قلم فارسی شده و در درازمدّت می‌تواند موجبات دور شدن جامعه از هویّت فرهنگی ایرانی ـ اسلامی را فراهم آورد.

واژه‌های کلیدی

خوشنویسی، طراحی گرافیک، هویّت فرهنگی، خط فارسی، قلم فارسی (فونت)

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۱۷ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۴/۱۱

۱. مقالهٔ حاضر مستخرج از بخش ضرورت و اهمیت رساله دکتری نویسنده مسئول با عنوان «تبیین نظام هندسی قلم نستعلیق با تأکید بر آثار میرعماد» است.

۲. دانشیار دانشکدهٔ تجسمی دانشگاه هنر تهران. تهران. ایران salehis@gmail.com

۳. دانشیار دانشکدهٔ مرمّت دانشگاه هنر اصفهان. اصفهان. ایران ahmadsalehikakhki@yahoo.com

۴. دانشجوی دکتری پژوهش هنر دانشگاه هنر اصفهان (نویسنده مسئول) Mohammaddarvishi2013@gmail.com

۱. مقدمه

در سیر استفاده از چاپ سربی در ایران، به دلایل ناهماهنگی کتاب‌های چاپ شده با ذوق و سلیقهٔ ایرانیان، وارداتی بودن تمام ملزومات صنعت چاپ که در صورت خرابی امکان بازیابی و تعمیر آنها وجود نداشت و همچنین به دلیل رواج چاپ سنگی که امکان مشابه‌سازیِ نسخه‌های خطی را فراهم می‌نمود، استفاده از چاپ سربی کم‌رنگ شد. در دورهٔ مشروطه با چاپ روزنامه و چشم‌پوشی از برخی زیبایی‌های خوشنویسی، به‌دلیل سرعت بیشتر و امکان چاپ تعداد نسخه‌های زیادتر، چاپ سربی جایگزین چاپ سنگی گردید.

با ورود چاپ به ایران، به دلیل ماهیت فناوری برخی دستگاه‌های این صنعت که در آنها تعداد کلیدهای حروف محدود بود و همچنین با توجه به ساختار هندسی قلم‌های لاتین که کلمات در قالب‌های منفصلِ حروف ساخته می‌شدند، ویژگی‌های این دستگاه‌ها و قلم‌های لاتین بر فرم حروف و شکل کلمات فارسی تأثیر گذاشت، به‌طوری که اتصالات متنوع و ویژگی‌های منحصربه‌فرد خوشنویسی ایرانی ـ اسلامی که باعث ایجاد کرسی‌بندی‌های متعدد و زیبا می‌شد، در قلم‌های چاپی به دو حالت منفصل و متصلِ حروف، بدون در نظر گرفتن جایگاه آنها در اول، وسط یا آخر کلمات، تقلیل یافت.

رواج چاپ سربی در ایران سبب تغییر ذائقهٔ عمومی نسبت به فرم حروف در نوشتار فارسی شد و زیبایی‌شناسی متفاوتی را جایگزین متون خوشنویسی شده نمود. مشابه این موضوع، امروزه نیز با استفاده از قلم‌هایی که برای استفاده در رسانه‌های نوین انتقال اطلاعات توسط شرکت‌های ارائه دهندهٔ این خدمات ارائه می‌شوند، تکرار گردیده است. این قلم‌ها غالباً متأثر از هندسه و تناسبات حروف لاتین و فضای بصری حروف عربی، به دلیل بازار بزرگ‌تر فروش نرم‌افزار نسبت به بازار ایران و این که با اضافه کردن چهار حرفِ فارسی امکان استفاده در ایران نیز فراهم می‌شود، طراحی شده‌اند. با توجه به عدم هماهنگی این قلم‌ها با محیط رایانه‌ای و حل مشکلات و مسائل فرهنگی ناشی از جایگزینیِ حروف لاتین در ساختنِ کلمات فارسی و همچنین بررسی وضعیت موجودِ قلم‌های فارسی، شورای عالی اطلاع‌رسانی، پژوهش‌نامه‌ای را به عنوان نخستین مکتوبِ جامع در این زمینه در سال ۱۳۸۸ ش. تدوین کرده است. در مقدمهٔ این مکتوب اشاره شده است که قلم‌ها در نبود بستری ساختاریافته، مانند حروف سربیِ تحمیلی، در ایران مورد استفاده قرار می‌گیرند بدون آن‌که مرجعی در ساختار تشکیلاتی کشور

متولی آن باشد. این موضوع می‌تواند از دلایل استراتژیک فرهنگی توجه شورای عالی اطلاع‌رسانی به چالش‌های مرتبط با قلم‌های فارسی باشد.

در سال‌های اخیر، اقبال و توجه به حروف[1]، حروف‌نگاری[2] و طراحی قلم[3] فارسی بیش از هر زمان دیگری به چشم می‌خورد. این موضوع را می‌توان از تعدد رونمایی از قلم‌های جدید، حضور طراحان ایرانی در مسابقات جهانی طراحی قلم به عنوان داور و برگزیده شدن برخی از قلم‌های فارسی در مسابقات بین‌المللی طراحی قلم و همچنین، اقبال مخاطبان اصلی طراحی قلم یعنی روزنامه‌ها، مجلات و مؤسسه‌های فرهنگی و شرکت‌های بزرگ اقتصادی به داشتن قلم منحصربه‌فرد دریافت کرد.

همایش‌های اختصاصی قلم مانند برگزاری بخش ویژهٔ طراحی قلم در دوسالانهٔ طراحی گرافیک ایران در سال ۱۳۹۲ش، فعالیت‌های بنیاد خط[4] در آمستردام[5]، همایش‌های سالانهٔ آیستایپ[6] در استانبول، افزودن بخش طراحی حروفِ غیرلاتین مثل قلم‌های عربی، فارسی، اردو و غیره در مسابقات معتبری چون تی‌دی‌سی[7]، لاینوتایپ[8] و گرانشان[9] و همچنین، سایت‌های اینترنتیِ نمایش، نقد و فروش قلم، باعث توجه بیشتر به نقش و اهمیت قلم‌های مناسب و کاربردی شده و با گسترش این فعالیت‌ها، مجالی برای نقد و تحلیلِ قلم از جنبه‌های مختلف، از جمله بررسی چالش‌های فرهنگی آن فراهم شده است.

با این اوصاف، هدف از این نوشتار، استخراج و ارزیابی چالش‌های فرهنگی ناشی از کمبود قلم‌های فارسی در ایران بوده است. این نوشتار به‌طور خاص در پی پاسخگویی به این سؤال بوده که کمبود قلم‌های فارسی مناسب در ایران چه اثراتی را در پی داشته و دارد. به‌علاوه تلاش شده تا به سؤالات زیر نیز پاسخ داده شود: ۱) توجه و ساماندهی قلم‌های فارسی چه ضرورتی دارد و چه نیازهایی را برطرف خواهد کرد؟ و ۲) کمبود قلم فارسی مناسب چه معضلات فرهنگی را به همراه خواهد داشت؟

---

1. type
2. typography
3. type design
4. Khatt Foundation
5. Amsterdam
6. ISType
7. Type Directors Club (TDC)
8. Linotype
9. Granshan

۲. پیشینهٔ تحقیق

در جست‌وجوی پیشینهٔ این تحقیق اگرچه به نظر می‌آید این موضوع از دغدغه‌های متولیان فرهنگی ایران در دوره‌های مختلف بوده است، امّا به نظر می‌رسد مطالعه‌ای جامع، منسجم و مؤثر در این زمینه انجام نشده است. شاهد این امر را می‌توان در عدم وضع اصطلاحاتِ فنی این حوزه و تعداد کم آثار تحقیقی چون کتاب، مقاله، پایان‌نامه دَر مقاطع تحصیلی ارشد و دکتری دید. چنانچه عابدینی (۱۳۸۸) در این زمینه می‌نویسد: «ساده‌ترین نشانهٔ این بی‌توجهی، ساده‌انگاری و عدم تعمق در آن است. هنوز برای این پدیده [تایپوگرافی] هیچ نام مشخصی نداریم، در حالی که مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین مسألهٔ مربوط به هر موضوع، وضع اصطلاحات مربوط به آن حوزه است» (عابدینی، ۱۳۸۸: ۴). تعداد آثار کم ارسال شده به سومین فراخوان پژوهشی با موضوع تایپوگرافی و نیازهای امروز و ارسال فقط شانزده مقالهٔ تألیف و ترجمه و انتخاب تنها هفت مقالهٔ متناسب با محورهای تعیین شده در فراخوان برای انتشار کتاب، به گفتهٔ کهونـد (کهونـد، ۱۳۹۱: ۱۳)، دبیر مجموعه، نشان دیگری از کمبود آثار تحقیقی در این حوزه است. بدین‌ترتیب، به نظر می‌رسد که این موضوع باید توسط سیاستگذاران فرهنگی مورد توجه ویژه قرار گیرد.

منابع محدودی دربارهٔ قلم فارسی، ویژگی‌ها و مشکلات فرهنگی مرتبط با آن نوشته شده است. ازجملهٔ این منابع می‌توان از کتاب *نخستین گام‌های مدیریت نوشتار؛ راهکارهای علمی و عملی* (قادر، ۱۳۸۸) نام برد. در این کتاب سیرِ طراحی قلم فارسی با ساختاری کاملاً هندسی و مشابه با ساختار قلم‌های لاتین نشان داده شده و طراحی قلم فارسی با ساختاری هندسی مشابه با ساختار حروف لاتین آموزش داده می‌شود. چون قلم‌های تایپی در این دو فرهنگ شباهت ساختاری اندکی با هم دارند، این رویکرد ضمن دور شدن از هویت فرهنگی ایرانی، باعث تولید قلم‌هایی می‌شود که خوانایی اندکی دارند. در کتاب دیگری با عنوان *تایپوگرافی* (مثقالی، ۱۳۹۰)، نویسندهٔ کتاب ضمن اشاره به کمبود قلم‌های مناسب و کاربردی به نقش قلم در بهبود و ارتقاء کیفیت ارتباط با مخاطبان پرداخته است. در کتاب *فعالان اصلاح الفبا و تغییر خط* (استادی، ۱۳۹۱) نیز نقش چاپ و اهمیت قلم بسیار مهم دانسته شده و ادعا گشته که اینها می‌توانند باعث تغییرات اساسی در جوامع شوند. برای نمونه نیز به نقش و تأثیر فرهنگی چاپ سربی بر تغییر خط در ترکیه و تلاش‌هایی که در این باره در دیگر کشورهای منطقه ازجمله ایران انجام گرفته است، اشاره شده است. در منابع دیگر نیز می‌توان مقالات

پراکنده‌ای در این زمینه مشاهده نمود، ازجمله در مجله نشان؛ فصلنامه طراحی گرافیک ایران، شماره‌های چهاردهم (پاییز و زمستان ۱۳۸۶)، بیست‌وششم (زمستان۱۳۹۰) ویژهٔ طراحی با تایپ و شمارهٔ سی‌وسوم (بهار، ۱۳۹۴) ویژهٔ تایپ و تایپوگرافی. در این مقالات، به موضوعاتی چون طراحی قلم و فرهنگ خاورمیانه، معرفی برخی قلم‌های تایپی متأخر، سیر طراحی قلم در ایران، تأثیرات و مسائل حروف سربی در روند طراحی قلم‌ها پرداخته شده است. ولی چالش‌های موجود در این حیطه به اندازه‌ای گسترده است که منابع موجود نه‌تنها برای طرح آنها کافی نیستند بلکه پرداختن به آنها همت و تلاش عموم دست‌اندرکاران در این زمینه را می‌طلبد.

در این مقاله جهت درک بهتر این چالش‌ها، ابتدا ضرورت و اهمیت طراحی قلم و در ادامهٔ مطلب نقش و کارکرد قلم نمایانده شده و سپس به چالش‌های فرهنگی ناشی از کمبود قلم‌های فارسی در ایران پرداخته شده است.

۳. ضرورت‌های طراحی قلم فارسی

اختراع حروف چاپی توسط یوهانس گوتنبرگ[1] در سال ۱۴۳۵، شروع پیدایش حروف‌چینی و تغییر از خوشنویسی لاتین به تایپوگرافی در صنعت چاپ بود (ریز[2]، ۲۰۰۶: ۵۲). اما گذر از خوشنویسی به قلم در حروف چاپی عربی و فارسی اتفاق نیفتاده است. حروف چاپیِ فارسی و عربی اولیه، تحت هدایتِ تولیدکنندگانِ غربی، به نسخه‌هایِ عاری از خلاقیتِ نمونه‌هایِ زیبای دست‌خط و به نسخه‌های مکانیزه‌ای از خوشنویسی تبدیل شدند و هرگز نتوانستند جایگاه هنری خوشنویسی را حفظ کنند. طراحی و ساختِ قالب‌های سربیِ حروف عربی و فارسی در دوران مختلف در اروپا با اهداف فرهنگی متفاوتی صورت گرفته است. برخی از این اهداف عبارت‌اند از:

۱. ترویج آیین مسیحیت یا ترغیب و تحکیم امور سیاسی و مذهبی در سرزمین‌های اسلامی تازه فتح‌شده: برای نمونه می‌توان به این موارد اشاره کرد که پس از فتح آندلس توسط مسیحیان، حروفی برگرفته از کوفی مغربی برای ترویج آیین مسیحیت بین مسلمانان طراحی گردید (روپر[3]، ۱۳۸۸: ۴۴) یا به گفتهٔ مگز[4] (مگز، ۱۳۸۸: ۱۳۸)، ویلیام کاسلون[5] برای ترویج جامعهٔ مسیحی در ابتدای قرن هیجدهم میلادی

1. Johannes Gutenberg
2. Rees
3. Roper
4. Phillip B. Meggs
5. William Caslon

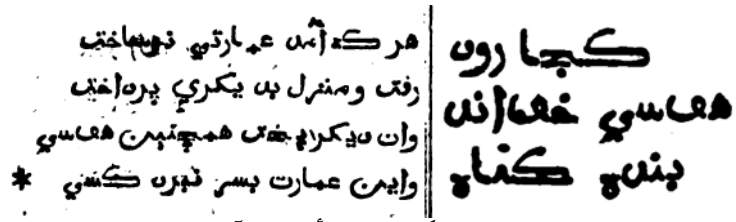
حروف عربی خاصی را طراحی نمود یا آن‌طور که غلامی جلیسه (غلامی جلیسه، ۱۳۹۰: ۱۰۲۳) اشاره می‌کند، بعد از استیلای انگلیسی‌ها بر هند، حروف سربی قلم نستعلیق جهت ادارهٔ بهتر امور سیاسی توسط چارلز ویلکینز[1] ساخته شد.

۲. فروش بیشتر دستگاه‌های قالب‌ریزی و حروف‌ریزی: تولید کنندگان صنعت چاپ در پی تجارت و فروش دستگاه‌های چاپ، ساخت حروف برای زبان‌های مختلف، از جمله عربی و فارسی را آغاز کردند. این حروف که برای بازار بزرگ کشورهای عربی طراحی شده بود، «با تلاش و نفوذ فراوانِ غربی‌ها برایِ فروش ماشین‌آلات چاپ جدید، از سال‌هایِ ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۰ شمسی، به ایران [نیز] وارد شد» (سپهر، ۱۳۹۱: ۲۰).

۳. انتشار علوم، به‌ویژه طب، ستاره‌شناسی و همچنین نیاز به ثبت و انتشار کشفیات باستان‌شناسی در سرزمین‌های اسلامی: از قدیمی‌ترین کتاب‌هایی که به زبان عربی و فارسی در اروپا چاپ شده است، کتاب‌های دانشمندان تمدن اسلامی در علوم مختلف است. ازجملهٔ آنها می‌توان به کتاب القانون فی الطّبِ ابن‌سینا، کتاب‌های نجوم چون زیج الغ‌بیگ و فی‌حرکهٔ السماویهٔ و جوامع علم النجوم الفرقانی و بسیاری کتب دیگر اشاره کرد.

قلم‌های طراحی‌شدهٔ متقدم عربی و فارسی جهت چاپ این کتب، بدون اشرافِ دقیقِ اروپائیان به فرم حروف، ساختارِ نگارشی و قواعدِ هندسی و اصول زیبایی‌شناسیِ خوشنویسیِ اسلامی طراحی و ساخته شده بودند. این عدم اشراف را می‌توان از اشتباهاتِ فراوان در آثار چاپی آنها متوجه شد؛ برخی حروف با گذاشته شدنِ نقطه‌ای بر آن یا حذف نقطه از آن، جایگزینِ حرف دیگری شده است. مثل حرف «ف» که با برداشتن نقطهٔ آن جای حرف «و» با گذاشتن دو نقطه به عنوان حرف «ق» استفاده شده است (تصویر۱). در مثالی دیگر عدم نقطه‌گذاری حرف «ذ» و عدم استفاده از اعراب‌های ضمّه و کسره در قرآنی که پاگانینی[2] با هدف فروش در سرزمین‌های اسلامی در سال ۱۵۳۸ م. در رُم منتشر کرد (نورمن[3]، ۲۰۱۸) موجبات عدم‌اقبال آن را فراهم نمود (تصویر۲).

1. Charles Wilkins
2. Paganini
3. Norman



تصویر۱. کتاب لغت فرنگ و پارس تألیف پی آنجلو اس جوزف
(P. Angeloa S. Joseph) 1684 .م (google Books; nodate)

تصویر۲. نخستین قرآن چاپ شدهٔ جهان توسط پاگانینی. ۱۵۳۸م. در شهر روم
(jhiblog.org; nodate)

عـلاوه بـر اشـکالاتِ نگارشـی در ایـن آثـار، برخـی تناسـباتِ انـدازهٔ حـروف نیـز تغییـر کـرده اسـت. حسـین عبداللـه‌زاده حقیقـی، طـراح قلـم زر، نخسـتین قلـم فارسـی، در ایـن بـاره می‌نویسـد: «انگلیسـی‌ها و آلمانی‌هـا خـط را نمی‌شـناختند و به‌دلیـل دنیـایِ فـنِّ خودشـان، خـط را از زیبایـی خـارج کردنـد» (عبداللـه‌زاده حقیقـی،۱۳۸۱ :۶). ایـن تغییـرِ تناسـبات، باعـث سـکته‌هایی در دنبـال کـردنِ کلمـه بـا چشـم و کنـدیِ خوانـدن می‌شـود. در صورتی که بـا رعایـتِ تناسـباتِ انـدازهٔ حـروف کـه طـی قـرون متمـادی در خوشنویسـیِ اسـلامی به‌نهایـتِ اعتـدال و هماهنگی رسـیده‌اند، چشـم بـه دلیـلِ آشـنایی بـا فـرم حـروف و ترکیـبِ آنهـا، بـدونِ دقـت در جزئیـات، کلمـات را می‌خوانـد و مفهـومِ متـن، سـریع و راحـت درک می‌شـود.

علاوه‌بـر مـوارد فـوق، فنـاوری چـاپ حـروف لاتیـن نیـز خـودش را بـه نوشـتار فارسـی و عربـی تحمیـل کـرده اسـت، به‌طـوری کـه «در دسـتگاه ماشـین تایـپ، بـه دلیـل محدودیت‌هـای تعـداد کلیدهـای آن، تعـداد اشـکالِ برخـی حـروف فارسـی بایـد از چهـار نـوع بـه دو نـوع تقلیـل می‌یافـت. لـذا، حـروف فارسـی تنهـا بـه دو صـورت چسـبان و جـدا طراحـی شـدند» (حقیقـی، ۱۳۸۶ : ۳۶).

متأسـفانه پـس از فراگیـر شـدن و اسـتفاده مکـرر از ایـن قلم‌هـا در سـال‌های متمـادی، امـروزه چشـم و ذهـن مـا به‌کلـی حساسـیت‌اش را نسـبت بـه زیبایی‌هـای فـرم حـروف و ترکیب‌هـای خوشنویسـی از دسـت داده و حـروف سـربی و قلم‌هـای مـورد اسـتفاده در

ماشین‌های اولیهٔ تایپ را مبدأ و مرجع زیبایی قلم‌ها تلقی می‌کند تا آن‌جا که معیار زیبایی، خوانایی و صحتِ یک قلم در مقایسه با تیتر روزنامه‌هایِ کثیرالانتشارِ چاپ سربی دههٔ چهل و پنجاه تعیین می‌شود.

۴. مبانی نظری تحقیق: اهمیت، نقش و کارکرد قلم

قلم، ماندگارترین، پرکاربردترین و عام‌المنفعه‌ترین بخش طراحی گرافیک است. در تأیید این جمله می‌توان قلم گارامون‌د[1] را نام برد که به دلیل وضوح و هماهنگی کامل حروف آن تا امروز باقی مانده است. این قلم «در سال ۱۵۳۵ م. توسط کلود گارامون‌د[2] طراحی و بعدها توسط روبرت گرانژان[3] و کریستف ون دایک[4] پیشرفت‌هایی در آن صورت گرفت. امروزه از این قلم برای فیلم ستینگ[5]، فونت‌های نمایشی[6] در صفحات نمایش‌گر و انواع بزرگ‌تر آن برای تیترها و عناوین استفاده می‌شود» (بروکمان، ۱۳۸۶: ۲۵). وجوه دیگری از نقش و اهمیت قلم‌های مناسب و کاربردی را می‌توان از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داد. این موارد عبارت‌اند از:

۴ـ۱. شکل و فرم قلم در تقویت بیان مفاهیم:

در بازنمایی مفاهیم یا بیان موضوعات مختلف، علاوه‌بر تکنیک‌های متنوع تصویرسازی و صفحه‌آرایی، انتخاب حروف و قلم مناسب نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است. برای مثال برای صفحه‌آرایی کتاب «طراحی گرافیک در مقیاس‌های بزرگ[7]» (تصویر۳) قلمی بسیار نازک انتخاب شده است تا بافت نوشتاری متن روشن و سبک شده و درنتیجه، بزرگیِ آثار که هدف اصلی کتاب است، بهتر به نظر برسند.

این شیوهٔ انتقال محتوا و مفهوم در ناخودآگاه ذهن خوانندهٔ متن اتفاق می‌افتد اما طراحان، مسوولانه و آگاهانه از این قابلیت استفاده می‌کنند. ممیز(۱۳۸۲) در این باره معتقد است: «اگر [انتخابِ] شکل حروفِ هر موضوعی دارای هماهنگی تصویری با محتوای آن باشد خواننده و بیننده از پیش، آمادگی ورود به فضای موضوع را پیدا می‌کند و در نتیجه درکِ مطلب برایش بهتر و مطبوع‌تر خواهد بود» (ممیز، ۱۳۸۲: ۴۷).

---

1. Garamond
2. Claude Garamond
3. Robert Granjon
4. Cristoph Van Dyck
5. film.setting
6. display faces
7. Outsize Large Scale Graphic Design

تصویر ۳. انتخاب قلم بسیار نازک برای صفحه‌آرایی کتاب

Larg Scale Graphic Design(Forbes, 2003: 23)

آنچه در ایران مرسوم است اینکه از تعدادی محدود قلم در متون مختلف با مخاطبان گستردهٔ آنها از کودک و نوجوان تا بزرگسال استفاده می‌شود. این موضوع خواننده را نسبت به شکل و ظرفیت‌های بیانی قلم‌ها بی‌تفاوت می‌کند. تنوع قلم‌های کاربردی می‌تواند باعث دقت‌نظر بیشتر، تعمق در موضوع و دوری از یکنواختی و کسالت گردد و رغبت به مطالعه را در مخاطبان ایجاد یا تقویت کند.

۴ـ۲ . قابلیت بیانِ بخشی از هویت فرهنگی جوامع:

الفبا و خط از آن رو که تجسم شکلِ نوشتاریِ زبان‌های شفاهی هستند، مظهر قدرت‌مندی از هویت فرهنگی‌اند و انتقال تاریخ و تفکر ثبت شدهٔ یک فرهنگ را تسهیل می‌کنند. از این‌رو است که سبک تجسمی یک تایپ‌فیس[1] در درون خود معنایی نمادین دارد که به تحولات فناورانه، سیاسی و اجتماعی یک دورهٔ خاص اشاره می‌کند (ابی فارِس،۱۳۸۶[2]: ۷۳ـ۷۴). همان‌گونه که اقلام خوشنویسی مبین دورهٔ تاریخی خاصی هستند، بسیاری از اشکال تایپ نیز نماینده و معرف دوران طراحی و استفادهٔ خود هستند. تایپ بدون زائده[3]، تایپوگرافی مدرن را در اوایل قرن بیستم میلادی شکل داد. به‌خصوص پس از آن‌که یان چیکولد[4] در کتاب تایپوگرافی نوین[5] در سال ۱۹۲۸ م.

1. Typeface
2. Abi Fares
3. Sanserif
4. Jan Tschichold
5. Die neue Typographie

به تشریح این جنبش پرداخت. چیکولد می‌نویسد: «سبک گروتسکِ بدون زائده، تنها سبکی است که با روح روزگار ما مطابقت دارد. همچنین، انتخاب فونت فرکتر[1] به عنوان خط رسمی نازی در سال ۱۹۳۰م. یکی از راه‌های صریحِ هواخواهی از آلمان محسوب می‌شد» (به نقل از وایت، ۱۳۸۹: ۱۰۹ ـ ۱۱۱).

در مقایسهٔ شکل و فرم حروف مورد استفاده در دو فضای فرهنگی فارسی و عربی مشاهده می‌شود که خط فارسی به‌رغم شباهت‌های ظاهری، تفاوت‌های بسیار اساسی با رسم‌الخط عربی دارد. این تفاوت در استفاده از قلم‌های چاپی هم دیده می‌شود. با نگاهی به روزنامه‌های عربی و فارسی (تصویر ۴ و تصویر۵) می‌توان متوجه تفاوت شکل قلم‌های مورد استفاده در این دو فضای فرهنگی شد. خانجان‌زاده (۱۳۹۱)، در بارهٔ ویژگی‌های قلم‌های فارسی در مقایسه با قلم‌های عربی می‌نویسد: خط کلاسیک ایرانی، خط پردوری است. این دور در پاشنه‌ها، گره‌ها، دندانه‌ها، فواصل و نسبت سطح به دور دیده می‌شود. وقتی از فونت‌های عربی استفاده می‌کنیم، این دورها خشک هستند و روح عربی دارند (خانجان‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۱۵).

رمزگشایی از افزایش قیمت بنزین و گازوئیل

دولت: افزایش قیمت بنزین و گازوئیل فعلا در حد پیشنهاد است و هنوز قطعی نیست

هر لیتر بنزین ۱۵۰۰ تومان و هر لیتر گازوئیل ۴۰۰ تومان؛ این پیشنهاد رسمی دولت به مجلس در قالب لایحه بودجه سال آینده است. دولت می گوید اگر مجلس به این پیشنهاد رأی دهد از محل افزایش ۵۰۰ تومانی هر لیتر بنزین و ۱۰۰ تومان هر لیتر گازوئیل می توان ۱۷ هزار و ۴۰۰ هزار میلیارد تومان پول به‌دست آورد و از آن برای ایجاد اشتغال استفاده کرد. البته این پیشنهاد دولت در حالی مطرح شده که مشخص نیست آیا منظور دولت افزایش قیمت هر لیتر بنزین معمولی از ۱۰۰۰ تومان به ۱۵۰۰ تومان و به تناسب افزایش قیمت بنزین سوپر است یا نه. صفحه۴ را بخوانید

تصویر۵: انتخاب قلم نازنین برای استفاده در تیتر و متن روزنامه همشهری (hamshahridaily.ir).

خط عناوين خاص بجريدة النهار

يا جبل ما يهزك ريح

صلب وقوي، منحوت بدقة

ء آ أ ؤ ؤ إ ئ ئ ا ا ب بب ة ة ت تت ث ثث ج جج ح حج خ خخ د د ذ ذ ر ر ز ز س سس ش ششش ص صص ض ضض ط ططط ظ ظظظ ع عع غ غغ ف ففف ق ققق ك ككك ل لل م مم ن نن ه ه هه و و ى ى ي ي ي ي ي ي ي أ أ ا ا ا ا ا ا ا ا ؟ ؟ 0123456789

تصویر۴: قلم مورد استفاده در عناوین روزنامهٔ النّهارمصر. طراح قلم نادینه شاهین (www.linotype.com).

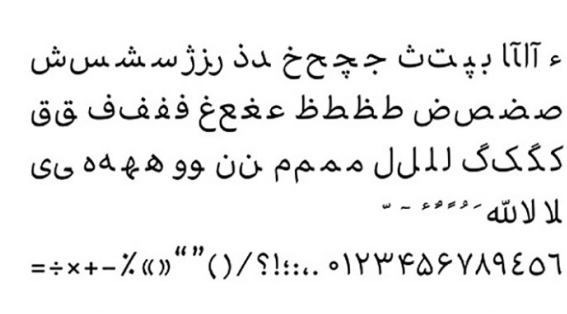
۴ـ۳. نقش و اهمیت قلم در برندینگ و ساخت هویت بصری:

امروزه در طراحی هویت برند از قلم یا قلم‌هایی استفاده می‌شود که هماهنگ با دستورالعمل‌های هویت بصریِ تعریف شدهٔ آن برند است. اهمیت این موضوع به‌حدّی است که تصویر ذهنی برخی از برندها با قلم آن مجموعه شکل گرفته است؛ برای مثال، می‌توان از روزنامهٔ تایمز[2] نام برد که برایَ آن قلمِ تایمز نیو رومن[3] در سال

1. Fraktur
2. TheTimes
3. Times New Roman

۱۹۳۲م توسط استانلی موریسون[1] طراحی شد. این حروف، موفق‌ترین و پرکاربردترین تایپ قرن بوده است (پا اُ[2] و برگر[3]، ۲۰۰۶: ۲۷۰). همچنین، مدرسهٔ باهاوس[4] را می‌توان از نخستین مجموعه‌هایی دانست که برای هویّت سازمانی خود، قلم خاصی طراحی کرده است. این قلم، یونیورسال[5] نام دارد که هربرت بایر[6] در سال ۱۹۲۵م. آن را طراحی کرده است (کرایک[7] و برتون[8]، ۱۳۸۲: ۱۵۴).

در ایران، داشتن قلم اختصاصی اخیراً مورد توجه واقع شده است. قلم ویژه، طراحی شده توسط دامون خان‌جان‌زاده برای مجله‌ی کارنامه، قلم نغمه طراحی شده توسط مسعود محمدزاده برای روزنامهٔ شرق و قلم نوین طراحی شده توسط هیربُد لطفیان برای بانک اقتصاد نوین (تصویر۶) از نمونه‌هایی هستند که نشان‌دهندهٔ اهمیت قلم تایپی در ساختن بخشی از هویت بصری مؤسسات و شرکت‌های تجاری و فرهنگی در ایران هستند.



تصویر۶. قلم نوین. طراحی شده توسط هیربد لطفیان برای بانک اقتصاد نوین.

(rangmagazine.com. nodate)

۵. یافته‌های تحقیق

چالش‌های فرهنگی ناشی از کمبود قلم‌های کاربردی و مناسب در ایران

به‌رغم اهمیت و کارکرد قلم، اثرات فرهنگیِ استفاده از آن در ایران به معنی واقعی مورد توجه نبوده

1. Stanley Morrison
2. Pao
3. Berger
4. Bahause
5. Universal
6. Herbert Bayer
7. Craig
8. Barton

و شناخته نشده است. به دلیل کم‌بودن قلم‌های مناسب و کاربردی، این موضوع در حوزه‌های مختلف کاربرد قلم، تأثیرات متفاوتی را گذاشته است. ازجمله در طراحی گرافیک این کمبود، مانعی جدّی در راه شکل دادن به بیانِ بهتر محتوای آثار یا عدم امکان ارائهٔ شیوهٔ شخصی در آثار هنرمندان بوده است. بنابراین، برخی طراحان گرافیک چون مهدی سعیدی و فرهاد فزونی، تایپ یا قلم‌های مناسب برای نیازهای ویژهٔ کار خود طراحی کرده‌اند و برخی چون مرتضی ممیّز با توجه به فضای بصری برخی سفارشات چون عنوانِ پوستر و جلد، نشانه‌های نوشتاری طراحی نموده‌اند. برخی چون قباد شیوا و ایمان راد به خوشنویسی، تصویرسازی و نقاشی با حروف پرداخته‌اند. این موارد غالباً برای تیتر و عناوین کارایی دارند، اما «موضوعی که همچنان باقی است، متن و خبری است که در انتظار تایپ یا قلم مناسب فارسی است که خواننده را در آسان‌تر و سریع‌تر خواندن و آگاه شدنِ فراتر از خبر، یاری کند» (سپهر، ۱۳۹۱: ۱۶۲). این کمبودها باعث شده است تا توجّه طراحان حروف، سفارش‌دهنده‌گان و مخاطبان به‌طور جدّی به قلم فارسی جلب شده و توقع و انتظار آنها را برای قلمی متمایز و سالم بالا برده است. این امر انگیزهٔ تولید قلم‌های فارسی را افزایش داده، اما نتیجه چندان مطلوب نبوده است و بسیاری از قلم‌های طراحی‌شده، دست‌خوش تکرار، شباهت یا ایرادهای طراحی و فنی بوده‌اند. از دیگر چالش‌های مرتبط با قلم می‌توان موارد زیر را برشمرد:

۵ـ۱. عدم تنوعِ کمّی و کیفی قلم‌های فارسی و تزئینی بودن اغلب آنها:

قلم‌های فارسیِ علاوه‌بر تعداد محدود، اغلب مشابه‌اند و بر مبنای کاربرد طراحی نشده‌اند. این تعدادِ محدود در مورد فونت‌های زبان عربی که «دومین زبان گستردهٔ جهانی است» (ابورجیلی[1]، ۲۰۱۱: ۱۷) نیز صادق است: تیتوس نمث[2] (۲۰۰۶) در مورد کمبود قلم‌های عربی نسبت به قلم‌های لاتین می‌نویسد: «در سال ۲۰۰۵ کتابخانهٔ فونت شاپ[3] حدود چهل هزار فونت دیجیتال ارائه کرده که بخش اعظم آنها فونت‌های لاتین هستند و تعداد فونت‌های عربی در این فروشگاه در مقایسه با فونت‌های لاتین بسیار ناچیز است، به علاوه اینکه، کیفیت آنها غالباً نامناسب‌اند» (نمث، ۲۰۰۶: ۳). این کمبود «در رسانه‌های ارتباطیِ معاصر، مانعی جدّی در راه شکل گرفتن یک فرهنگ طراحیِ جاافتاده است» (ابی فارس،۱۳۸۶: ۷۴). حدود ششصد قلم فارسی در نرم‌افزارهای مختلفِ فونت ارائه می‌شوند (عفراوی، ۱۳۸۸: ۷). از این تعداد، فقط معدودی برای متن قابل استفاده است و بیشتر قلم‌های موجود در نرم‌افزارها و رایانه‌ها، فانتزی، تزئینی و قلم‌های تیتر هستند.

1. Abou Rjeily
2. Titus Nemeth
3. FontShop Library

۵ـ۲ . قدیمی بودن اغلب قلم‌های تایپی پرکاربرد فارسی:

قلم‌های فارسی موجود که برای خلق آثاری با چهرهٔ معاصر لازم‌اند، فاقد پیچیدگی و تنوع هستند و تحول حروف چاپی در مقایسه با تحولات تجاری که رشد سریعی دارند، کند بوده است. برخی از این اقلام پرکاربرد مثل قلم زر حدود شصت سال قبل در حدود سال‌های ۳۷ـ۱۳۳۶ ش توسط حسین عبداللهزادهٔ حقیقی طراحی شده است. قلم یاقوت در سال ۱۹۵۶ م. در شرکت لاینوتایپ[1] و قلم میترا در سال ۱۹۷۵ م توسط تیم هالووی[2] و قلم لوتوس در اوایل قرن گذشته میلادی در شرکت لاینوتایپ طراحی شده‌اند (Linotype.com, ۲۰۱۶). این اقلام متأثر و متناسب با فضای فرهنگی و بصریِ امروزِ جامعه، رشد علوم و تکنولوژی‌های مختلفِ انتقالِ اطلاعات و متون نوشتاری در رسانه‌های الکترونیکی نیستند و نیاز به نو شدن و طراحی جدید دارند. همچنین اقلام تایپیِ مذکور به دلیل استفادهٔ مکرر در این سال‌ها، به‌رغم زیبایی و تناسبات موجود در آنها، تکراری به نظر می‌رسند و دیگر آن جذابیت اولیه را ندارند و رغبت مخاطبان را برنمی‌انگیزند، چراکه «طبیعی است که نوشتن هم با گذشت زمان، پویائی خود را از دست بدهد» (وایت، ۱۳۸۹ : ۹). شاید به همین دلیل است که وقتی قلم ادبی عربیک[3] در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۵ م توسط تیم هالووی[4] طراحی می‌شود (myfonts.com)، به‌رغم عربی بودنِ فضای بصری آن‌که می‌تواند با تأثیر فرهنگی خود سلیقهٔ بصری عمومی را جهت دهد، در ایران مورد استقبال قرار می‌گیرد و پرکاربرد می‌شود.

۵ـ۳ . کمبود قلم‌های اختصاصی:

متون و موضوعات متنوع و گاه متضاد را نمی‌توان با چند قلم محدود چاپ کرد، مگر اینکه به نقشِ تصویرِ حروف در خوانایی، تبیین و القای بهتر معانی متن اهمیتی ندهیم. «امروزه به سبب گسترش تخصص‌ها و رشد روابط جمعی و رشد دانش بصری و اطلاعاتی، نیاز به طراحی و کاربرد نشانه‌های نوشتاری ازجمله خط برای خواندن، روزافزون است» (حقیقی، ۱۳۹۰ : ۲۲). در ایران به دلیل عدم وجود قلم‌های اختصاصی، معمولاً کتب از مقطع سنی کودک و نوجوان تا بزرگسال و موضوعات مختلف، با تعداد محدودی قلم، حروف‌چینی و چاپ می‌شوند. حتی در برخی قلم‌های موجود به طراحی علائم ریاضی، فیزیک، شیمی، علوم نوین و بسیاری دیگر پرداخته نشده است و از علائم قلم‌های لاتین حتی بدون تشابه به شکل قلم، استفاده می‌کنند.

---

1. Linotype
2. Tim Holloway
3. Adobe Arabic
4. Tim Holloway

در مثالی موفق و کاربردی از قلم‌های اختصاصی می‌توان قلم ترافیک را که برای موضوعی خاص و براساس نیاز آن حوزه که وضوح بیشتر در حال حرکت و دیده‌شدن از فاصلهٔ دور است، نام برد (تصویر۷). این قلم به دلیل عدم وجود جزئیات در فرم حروف و تأکید بر صراحت و سادگی، در مقایسه با قلم‌های قدیمی‌تری که در جاده‌های بین شهری ایران استفاده می‌شود، بسیار خواناتر و به فضای فرهنگِ بصری امروز نزدیک‌تر است.

تصویر۷. قلم مورد استفاده در تابلوهای راهنمایی و رانندگی جاده‌ای ایران در مقایسه با قلم ترافیک، که برای استفاده در تابلوهای شهری توسط حمیدرضا بقاپور ـ مصطفی اوجی طراحی شده است، بسیار قدیمی به نظر می‌رسد.

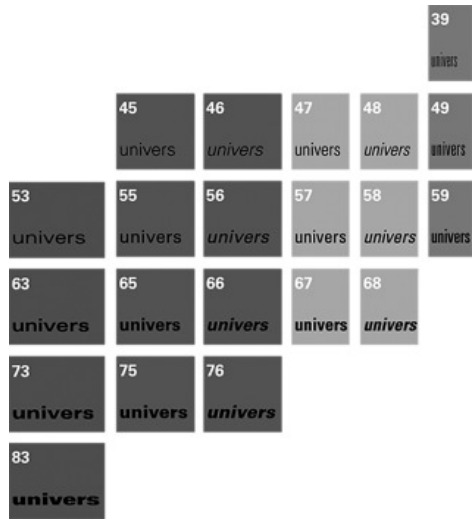
(راست sebghatazad.com .چپ neshanmagazine.com)

۵ـ۴. کمبود خانواده کامل قلم فارسی:

در صنعت نشرِ امروز ایران از خانوادهٔ حروف در جایگاه مناسب آن استفاده نمی‌شود. چون خانوادهٔ کامل خیلی از قلم‌ها وجود ندارد، معمولاً در ایران از قلم‌های مختلف برای عنوانِ اصلی، متن، تیتر، سوتیتر، شرح تصویر و پانویس در طراحی مجله، روزنامه و غیره استفاده می‌شود. چون با قلم‌های متعدد در یک متن نمی‌توان نظم بصری لازم را ایجاد کرد، این کار باعث عدم تمرکز در خواندن شده و خستگی چشم را در پی خواهد داشت. هدفِ استفاده از خانوادهٔ حروف، ایجاد هماهنگی، تعادل و تمایز و تفکیک از سایر قلم‌هاست (کهوند: ۱۲۲). در میان قلم‌های موجودِ فارسی معدودی قلم است که مثل قلم زر شکل سیاه[1] آن طراحی شده باشد. به نظر می‌رسد شکلِ سیاه دیگر قلم‌ها، تنها با ضخامت بیشتر خط بیرونیِ[2] حروف شکل گرفته

1. Bold
2. Outline

باشد. مثل فونت ماکروسافت اویغور[1] که توسط مأمون صقال[2] در سال ۲۰۰۲م. برای ماکروسافت طراحی گردیده است (sakkal.com.nodate). از نمونه‌های خانوادهٔ کامل فونت، می‌توان از فونت یونیورس[3] (تصویر ۸) با تنوع زیاد آن نام برد که توسط آدریان فروتیگر[4] در سال ۱۹۵۴م طراحی شده است (مگز، ۱۳۸۴: ۳۸۹).



تصویر۸. خانوادهٔ کامل فونت یونیورس.
طراح: آدریان فروتیگر، ۱۹۵۴م.
(100besttypefaces.nodate)

۵ـ۵. کمبود قلم‌های تایپی مناسب و کاربردی در رسانه‌های الکترونیکی و دیجیتالی:

ابزارهای انتقال اطلاعات به سمت کوچک شدن، راحت‌تر شدنِ استفاده و حجم انتقال داده‌ها به سمت بیشتر شدن، سهولت انتقال و سرعتِ بیشتر، به پیش می‌روند. در این مسیر، انتقال داده‌های نوشتاری به دلیل حجم کمتر از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این موضوع در انتقال اطلاعات از طریق تلفن همراه، اینترنت و دیگر ابزارهای نوین انتقال اطلاعات به راحتی قابل لمس است.

حروف لاتین به دلیل قرارگیری در بطنِ تحولات فناوری انتقال اطلاعات، با این آهنگِ پیشرفت و ساختار فناوری آن هماهنگ شده است، این موضوع در کشورهایی

1. Microsoft Uigure
2. Mamun Sakkal
3. Univers
4. Adrian Frutiger

که نوشتاری متفاوت با نوشتار لاتین دارند باعث بروز محدودیت‌هایی گشته و حروف فارسی به دلیل همین محدودیت‌ها، کمتر مورد استفادهٔ کاربران در فضاهای جدید انتقال اطلاعات دیجیتالی و الکترونیکی قرار گرفته است. در مواردی، کاربران از حروف انگلیسی برای نوشتن کلمات فارسی استفاده می‌کنند (از این کار با اصطلاح فینگلیش در فرهنگ عامه یاد می‌شود) که این موضوع می‌تواند در درازمدت باعث بروز مشکلات فرهنگی متعددی چون دور شدن از هویت فرهنگی مخاطبان فارسی‌زبان شود.

با وجود اینکه رسانه‌های الکترونیکی، دیگر محدودیت‌هایِ تکنیکی و اجرائیِ گذشته را ندارند و زمینهٔ بسیار مناسبی برای تولید و اجرای قلم‌های زیبا ایجاد شده است و همچنین به دلیل گسترش روز افزون آنها، بستر مناسبی برای تأثیرگذاری فرهنگی بر مخاطبان فراهم شده است، امّا همچنان این بخش، یکی از پرمشکل‌ترین بخش‌های کاربرد و استفاده از قلم‌های فارسی و عربی است و بیشترین نیاز به حروف متناسب و کاربردی را دارد. قلم مورد استفاده در زیرنویس اخبار سراسریِ تلویزیون ایران را می‌توان به عنوان نمونه قلمی دانست که ویژهٔ استفاده در رسانه‌های الکترونیکی و دیجیتال طراحی شده است. این قلم بسیار خشک و هندسی بوده و شبیه به قلم مورد استفاده در شبکهٔ تلویزیونی العربیه است (تصویر۹) که فضای فکری و فرهنگی بسیار متفاوت و مخالفی را در مقایسه با رسانهٔ ملی ایران پیگیری می‌کند. از موارد موفق طراحی قلم در رسانه‌های الکترونیکی، قلم مورد استفاده در هویت بصری شبکهٔ سه سیما است. در طراحی این قلم ضمن رعایت الزامات نمایش بهتر در رسانه‌های الکترونیکی، سعی شده است فرم حروفِ آن متناسب با فضایِ فرهنگی ایران باشد (تصویر۱۰). از ویژگی‌های این قلم، انحناهای قابل‌ملاحظه در فرم حروف و وضوح بسیار زیاد آن است.

تصویر۹. فونت اخبار شبکه‌ی یک سیما (mp۴.ir).

تصویر۱۰. قلم طراحی شده برای هویت بصری شبکه سه. طراح ایمان یاری (yaghout-art.ir. nodate).

۵ـ۶ـ کم‌بود قلم فارسی هم‌آهنگ با قلم‌های لاتین:

ارتباطات جهانی با گسترش وسایل ارتباط جمعی نوین، ضرورتِ کاربرد متن‌های دو

یـا چندزبانـه را ایجـاب کـرده اسـت. بـه دلیـل محدودیت‌هـای روابـط تجـاری، اقتصـادی و فرهنگـی بین‌المللی، ایـن موضـوع در ایـران کمتـر ملموس اسـت، درحالی‌کـه در بسـیاری از کشـورها از جملـه کشـورهای عربـی کـه روابـط گسـتردهٔ بین‌المللی دارنـد و بـازار بـزرگ توزیـع کالا در خاورمیانـه هسـتند، کاربـرد دو زبـان، به‌ویـژه در متـون تجـاری و تبلیغاتـی، معمـول و مرسـوم اسـت.

علاوه‌بـر اسـتفاده از دو یـا چنـد زبـان در متـون تجـاری و تبلیغاتـی، طراحـان گرافیـک خاورمیانـه از جملـه طراحـان گرافیـک ایـران، بـرای سـاختن ترکیب‌بنـدیِ زیباتـر و کم‌نقص‌تـر، در آثارشـان از حـروف لاتیـن در کنـار حـروف عربـی و فارسـی اسـتفاده می‌کننـد. ایـن طراحـان گاهـی «عدم‌رضایـت از خـط فارسـی را بـا چاشـنی کـردن چنـد سـطر بـه زبـان انگلیسـی جبـران می‌کننـد کـه خـود مشـکل را دوچنـدان می‌کنـد چراکـه هم‌نشـینیِ حـروفِ فارسـی و انگلیسـی مقولـه‌ای اسـت کـه نیازمنـد دانـش و تجربـهٔ ویـژه‌ای در حروف‌چینـی اسـت» (کهونـد، ۱۳۸۸: ۱۱۲).

بـرای رفـع ایـن ناهماهنگـی حـروف در قلم‌هـای فارسـی و عربـی بـا قلم‌هـای لاتیـن راه‌حل‌هایـی کـه تاکنـون پیشـنهاد و اجـرا گردیـده اسـت عبارت‌انـد از:

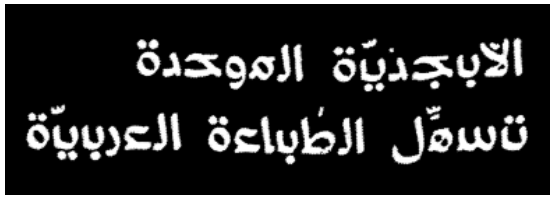
الف) اِعمال هندسهٔ حروف لاتین در حروف فارسی و عربی:

در کشـورهای عربـی و فارسی‌زبان، معمـولاً مـدلِ ذهنـی طـراح بـرای طراحـی قلـم، حـروف و قلم‌هـای لاتیـن اسـت و آگاهانـه یـا ناخـودآگاه، بـه دلیـل انسـجام و هماهنگـی موجـود در قلم‌هـای لاتیـن، نـگاه طراحـان بـه حـروف و قلم‌هـای لاتیـن اسـت. طراحـان سـعی در نوعـی ترجمـهٔ شـکل حـروف لاتیـن بـه حـروف عربـی و فارسـی یـا اسـتخراج حـروف عربـی و فارسـی از حـروف لاتیـن دارنـد. کاشـانی (۱۳۹۰) در ایـن بـاره می‌نویسـد: «سـیطرهٔ کمیـت و کیفیـتِ حـروفِ لاتیـن موجـب شـده اسـت تـا غالـب طراحـان تایپ‌فیس‌هـای عربـی و فارسـی، به‌رغـم در دسـترس بـودنِ منابـع متنـوع و غنـیِ حـروفِ سـنتی، همـواره در پی‌ریـزیِ سـاختمانِ قلم‌هایشـان نیم‌نگاهـی بـه تجربیـاتِ طراحـانِ حـروفِ لاتیـن داشـته باشـند تـا در انتهـا تأثیـرِ منطـقِ حـروف لاتیـن در آثارشـان مشـهود باشـد» (کاشـانی، ۱۳۹۰: ۲۲).

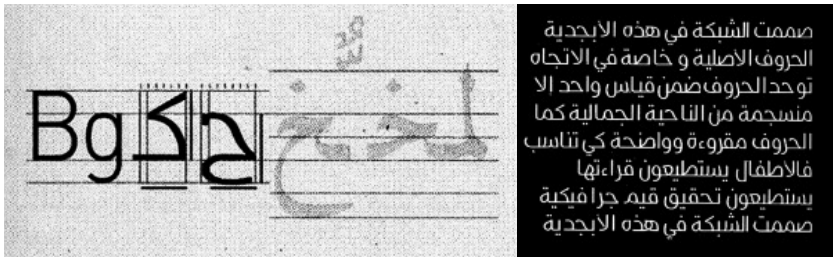
نگـرشِ هندسـی و سـاده کـردن بیـش از حـد حـروف فارسـی و شبیه‌سـازی بـه تایـپ لاتیـن می‌توانـد بـه دور شـدن از زیبائـی و خوانایـی قلـم فارسـی بیانجامـد، چراکـه ایـن دو زبـان هیچ‌گونـه شـباهت سـاختاری ندارنـد. تأثیـر سـاختارهای قلم‌هـای لاتیـن بـر طراحـی حـروف عربـی را می‌تـوان بیشـتر در طراحـی قلم‌هـای نصـری خطّـار[1] (تصویـر۱۱) و یاسـر

1. Nasri Khattar

عبّار[1] (تصویر۱۲) که از پیشگامان طراحی قلم‌های جدید عربی هستند، دید. همچنین می‌توان در طراحی برخی نشانه‌های نوشتاری[2] عربی (تصویر۱۳)، این موضوع را به‌وفور مشاهده کرد.



تصویر۱۱. فونت طراحی شده توسط نصری خطار. (Ridone, 2014: 76)



تصویر ۱۲. هندسه حروف لاتین در طراحی قلم عربی. یاسر عبّار. (کرا، ۱۳۸۴: ۲۶ـ۲۷)

تصویر ۱۳. به‌هم ریختن ساختار هندسی و تناسبات حروف در هماهنگی بصری نشانهٔ نوشتاری عربی و فارسی شرکت هوآوی با عنوان لاتین شرکت (momtaznews.com). این نوع هماهنگی باعث به‌هم‌خوردن هندسهٔ حروف عربی و عدم‌تناسب شکل و اندازهٔ آنها به‌ویژه در بزرگ شدن اندازهٔ حرف «ه» و کوچک شدن حرف «آ» نسبت به دیگر حروف شده است.

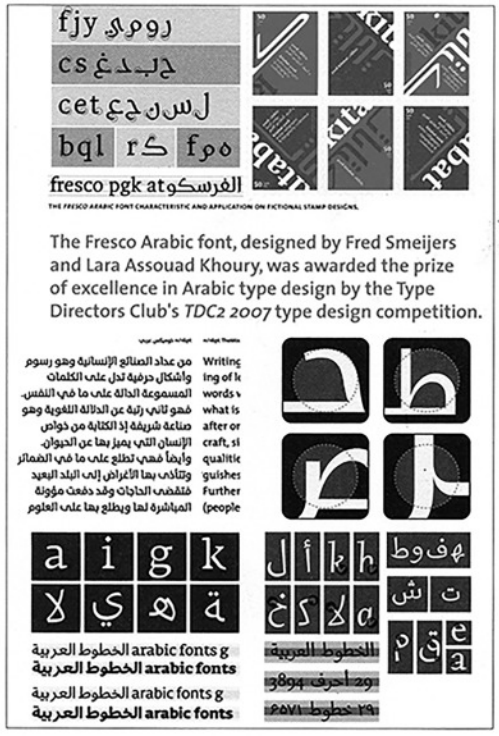
در طراحی قلم‌های خطّار و عبّار به ترتیب مشاهده می‌شود که با از بین بردن اتصالات در حروف و با کم کردن خطوط کرسی خوشنویسی اسلامی، سعی در

1. Yasir Abbar
2. .Logotype

هماهنگی هندسهٔ حروف عربی با حروف لاتین داشته‌اند. با این کار شکل‌هایی از حروف و کلمات ساخته شده است که ضمن از دست دادن هویت فرهنگی و تناسب اندازهٔ خود، خوانایی را نیز دچار مشکل کرده است. امروزه در طراحی نشانه‌نوشته بسیاری از شرکت‌های تجاری بین‌المللی نیز به جهت هماهنگ کردن فرم بصری نشانه در دو زبان متفاوت، سعی می‌شود فضاهای تعدیل شدهٔ مثبت و منفیِ حروف لاتین که از ویژگی‌های هندسی آن است در نشانهٔ نوشتاری شرکت‌ها در زبان‌های دیگر هم ایجاد شود. این کار باعث به‌هم‌خوردن هندسهٔ حروف و عدم‌تناسبِ شکل و اندازهٔ آنها در نشانه‌نوشتهٔ عربی و فارسی این شرکت‌ها شده است.

ب) تعامل و هماهنگ‌سازی حروف فارسی و عربی با حروف لاتین

در حالی‌که تایپوگرافی دوزبانه در اکثر کشورهای خاورمیانه اصل پذیرفته‌شده‌ای است، تعداد اندکی قلم فارسی و عربی مناسب و هم‌وزن قلم لاتین وجود دارد که بتوان هم‌زمان در یک متن استفاده کرد. این موضوع می‌تواند در توسعهٔ رسانه‌های جدید تأثیر منفی داشته باشد. با درک کمبود قلم‌های متناسب عربی با قلم‌های لاتین بود که بنیاد خط[1]، سازمان فرهنگی مستقل در آمستردام هلند که در زمینهٔ پژوهش و طراحی تایپوگرافی دوزبانه فعالیت می‌کند، سعی در برگزاری پروژه‌هایی با عناوینِ تایپوگرافی واسط[2] (۲۰۰۵ـ۲۰۰۷م.) و تایپوگرافی واسط در شهر[3] (۲۰۰۹ـ ۲۰۱۱م.) به جهت نزدیک‌تر کردن دو فضای فرهنگی عربی و لاتین



تصویر۱۴. بخشی از قلم‌های طراحی شده در پروژهٔ واسط۲۰۰۵ـ۲۰۰۷م.

(ابی فارِس، ۱۳۹۰: ۲۷).

1. Khatt Foundation
2. Typographic Matchmaking
3. Typograhic Matchmaking in the City

در سرزمین‌های عربی کرده بود. هدف این پروژه‌ها، تحقیق در بارهٔ نیازهای دوزبانه و حروف دوگانه در طراحی معاصر دنیای عرب و خاورمیانه با توجه به نشریات و رسانه‌های جدید و همچنین معرفی جایگزین‌هایی برای طراحی قلم‌های عربی موجود در بازار و پیشنهاد راه‌حل‌های جدید برای قلم بوده است (تصویر۱۴).

۵ـ۷. عدم آموزش اصولی طراحی قلم فارسی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی ایران:

یکی دیگر از چالش‌های فرهنگیِ مرتبط با قلم در ایران، نبود آموزش اصولی آن در اغلب دانشگاه‌ها و مراکز آموزشِ عالی است. جهت درکِ بهتر این چالش، تصویر سرفصل درس طراحی قلم فارسی رشتهٔ ارتباط تصویری در مقطع کارشناسی که در سال ۱۳۹۳ش. بازنگری شده است (تصویر۱۵)، آورده شده است.

شمارهٔ درس: ٠٤ نام درس: طراحی قلم فارسی **نام انگلیسی:** *Persian Font Design*

هدف درس:

شناخت قلم های فارسی مناسب برای متن و عنوان به صورت خانواده کامل. طراحی یک قلم فارسی برای تیتر.

رئوس مطالب:

۱.آشنایی با تاریخ و سیر پیدایش فونت (قلم) در جهان، و فن‌آوری حروف‌چینی از سربی تا دیجیتال

۲.آشنایی جامع با سیستم ها و نرم‌افزارهای حروف‌چینی و قالب های حروف ماشینی دیجیتال

۳. تشریح فاصله‌ها، کشیده، مفردات، گلیف‌ها و سایر اجزای مجموعه قلم‌های لاتین و فارسیِ ماشینیِ و دیجیتال

۴. طراحی یک قلم فارسی مناسب برای هماهنگ کردن یک قلم لاتین با آن

۵. باز طراحی و اصلاح یک قلم فارسی برای متن

۶. تهیهٔ گزارش تشریحی از طراحی و بازسازی قلم های کار شده طی این درس.

تصویر ۱۵. سرفصل درس طراحی قلم فارسی رشتهٔ ارتباط تصویری مقطع کارشناسی (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۴).

در شرح این درس، اشاره‌ای به شیوه‌های طراحی قلم، چگونگی خلق مفردات، روند شکل‌گیری فرم حروف و آزمایش‌های اُپتیکی و خوانایی در اندازه‌های مختلفِ قلم نشده است. به دلیلِ عدم وجود مبنایی برای شکل‌گیریِ فرم حروف و تناسبات اندازهٔ آنها در این سرفصل، هر مدرس با توجه به توانایی و سلیقهٔ خود و بیشتر بر پایهٔ قوانین طراحی قلم‌های لاتین، به دلیل وجود منابع نظری، طراحی قلم فارسی را تدریس می‌کند. به این دلایل است که مشکی (۱۳۹۰) در این‌باره می‌نویسد: «در

همهٔ این سال‌ها حتی یک قلم کاربردی در پروژه‌های کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دانشجویان، طراحی نشده و گرایش‌ها به حروف تزیینی و حداکثر حروف تیتر بوده است» (مشکی، ۱۳۹۰: ۴ـ۵). این یکی از چالش‌ها و دلایل اساسی است که پس از چندین دوره فارغ التحصیل شدن دانشجویان رشتهٔ ارتباط تصویری و گذراندن درس طراحی قلم، هنوز خلاء کمبود قلم‌های متنوع، اصولی و زیبا احساس می‌شود.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

با ورود دستگاه‌های چاپ به ایران، حروف سربی که براساس اقلام خوشنویسی عربی، به‌ویژه قلم نسخ عثمانی، توسط اروپائیان، بدون اشراف کامل آنها به قواعد رسم‌الخط و نگارش فارسی و عربی طراحی شده بودند، در چاپ روزنامه و کتاب در ایران مورد استفاده قرار گرفتند. نتیجهٔ استفاده از این قلم‌ها، رایج شدن فرم‌هایی از حروف بود که لحن و لهجهٔ عربی داشتند و تا امروز اثر آنها در برخی اقلام چاپی باقی مانده است. علاوه‌بر آن، در برخی دستگاه‌های وارداتیِ چاپ، تعداد کلیدهای حروف، براساس تعداد حروف در زبان انگلیسی محدود بود، بنابراین حروف فارسی از چهار حالت به دو حالت تقلیل یافت. همچنین، به جهت تسریع در حروف‌چینی، با انفکاک کامل حروف در ساخت کلمات و از بین رفتن ترکیبات دو یا چندحرفی، امکان کرسی‌بندی‌های معمولِ خوشنویسی در متون چاپی از بین رفت. این کار باعث دور شدن از فضای زیبای خوشنویسی و تقلیل ذوق و سلیقهٔ زیبایی‌شناسانهٔ مخاطبان و در دراز مدت باعث دور شدن از هویت بصری و فرهنگی ایرانی ـ اسلامی در متون چاپی شده است. ضرورت توجه و ساماندهی قلم‌های فارسی نیز از همین‌جا ناشی می‌شود. عدم اشراف طراحان اروپایی به فرم حروف، ساختارِ نگارشی و قواعدِ هندسی و اصول زیبایی‌شناسیِ خوشنویسیِ اسلامی و تغییر در برخی تناسباتِ اندازهٔ حروف موجب مشکلاتی در ارتباط با متن و فهم آن شده و در خوانایی وقفه ایجاد می‌کند. از طرفی، فراگیر شدن و استفاده مکرّر از این قلم‌ها در سال‌های متمادی، حساسیت افراد را نسبت به زیبایی‌های فرم حروف و ترکیب‌های زیبای آنها در خوشنویسی از بین برده است، از این‌رو برای جبران خسارات فرهنگی ناشی از این پدیده می‌بایست به‌جد و با دقت و وسواس به بازنگری در بازطراحی قلم‌های موجود و طراحی قلم‌های جدید براساس مبانی خوشنویسی پرداخت.

با آنچه در متن حاضر مورد بحث قرار گرفت، می‌توان چالش‌های کمبود قلم‌های

مناسب فارسی را به قرار ذیل شناسایی کرد: ۱) عدم تنوّع کمی و کیفی قلم‌های فارسی و تزئینی بودن اغلب آنها؛ ۲) قدیمی بودن اغلب قلم‌هایِ تایپیِ پرکاربرد فارسی؛ ۳) کمبود قلم‌های اختصاصی؛ ۴) کمبود خانوادهٔ کامل قلم فارسی؛ ۵) کمبود قلم‌های تایپی مناسب و کاربردی در رسانه‌های الکترونیکی و دیجیتالی؛ ۶) کمبود قلم فارسی هماهنگ با قلم‌های لاتین و ۷) عدم آموزش اصولی طراحی قلم فارسی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی ایران.

در تفصیل برخی از این تیترها می‌توان افزود از چالش‌های مهم فرهنگی مرتبط با قلم‌های فارسی، مواردی چون درک ناکافی ضرورت و اهمیت قلم فارسی در بیان محتوای مطالب است. تصویر حروف و کلمات نقش مهمی در خوانایی و القای بهتر معانی متن دارد، از این جهت داشتن قلم‌های اختصاصی برای موضوعات و مخاطبان ویژه، ضروری به نظر می‌رسد. در ایران از معدودی قلم برای متون مختلف استفاده می‌شود، در نتیجه به دلیل مشابهت تصویری و یکنواختی شکلِ متون در حوزه‌های مختلف، اهمیت مطالب کمتر درک شده و با عدم اقبال به مطالعه، کاهش فرهنگ کتابخوانی را در پی دارد.

از دیگر چالش‌ها، به روز نبودن قلم‌های پرکاربرد فارسی و عدم وجود خانوادهٔ کامل اغلب آنها است. برای جبران کمبود خانوادهٔ قلم در حروف‌چینیِ متن، از قلم‌های مختلف استفاده می‌شود. چون با قلم‌های متعدد در یک متن نمی‌توان نظم بصری لازم را ایجاد کرد، این کار باعث عدم تمرکز در خواندن شده و خستگی چشم را در پی خواهد داشت. این موضوع در مرور مجلات عمومی ایران، کاملاً ملموس است.

کمبود قلم‌های کاربردی و مناسب در رسانه‌های نوین انتقال اطلاعات نیز از دیگر چالش‌هایی است که باعث محدودیت‌هایی در استفاده از حروف فارسی در این فضاها شده و کاربران با حروف انگلیسی کلمات فارسی را می‌نویسند. این کار می‌تواند باعث دور شدن از هویت فرهنگی ملی شده و در دراز مدت اثرات جبران ناپذیری را بگذارد.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های فرهنگی کمبودِ قلم فارسی در ایران، عدم آموزش اصولی طراحی قلم در مراکز آموزش عالی است که برای رفع آن می‌توان با راه‌اندازی رشتهٔ طراحی قلم در مقطع تحصیلات تکمیلی، مشابه دانشگاه‌های ردینگ[1] انگلیس و لیدن[2] هلند، با تدوین سرفصل مناسب و داشتن زمان کافی جهت شناخت نقش و

1.Reading University

2. Leaiden University

اهمیت قلم و سپس آموزش مبتنی بر ساختار هندسی خوشنویسی ایرانی که متناسب با ذوق و سلیقهٔ مخاطب ایرانی است، بخشی از این چالش‌ها را مرتفع کرد. در این مسیر می‌توان با امکانات فناوریِ امروز، چون اُپن تایپ[1]، از ظرفیت‌های تنوع فرم حروف و کرسی‌بندی کلمات در خوشنویسی، که عامل اصلی زیبایی قلم‌های فارسی پرکاربرد هستند، در طراحی قلم استفاده کرد تا علاوه‌بر داشتن تعداد بیشتر قلم‌های اصولی و کاربردی، تأثیرات مثبت فرهنگی بر مخاطبان گذارده شود.

در نهایت، به نظر می‌رسد که وجود این چالش‌ها و کمبودها باعث تغییر زیبایی‌شناسی استفاده‌کنندگان از قلم فارسی شده و در درازمدت می‌تواند موجبات دور شدن جامعه از هویت فرهنگی ایرانی ـ اسلامیِ خود را فراهم کند.

1. OpenType

منابع و مأخذ

ابی فارس، هدا اسمیتشوایتزن(۱۳۸۶). «حروف عربی و فرهنگ طراحی خاورمیانه»، ترجمهٔ مژده دقیقی، **فصلنامه نشان**، شمارهٔ ۱۴: ۷۲ـ۷۵.

استادی، کاظم(۱۳۹۱). **فعالان اصلاح الفبا و تغییر خط**، چاپ اوّل، تهران: انتشارات علم.

بروکمان، ژوزف مولر(۱۳۸۶). **سیستم گرید در طراحی گرافیک**، ترجمهٔ دژار حقی، تهران: انتشارات دید.

حقیقی، ابراهیم(۱۳۹۰). **حرف‌های تکراری**، تهران: انتشارات دید.

حقیقی، علی(۱۳۸۶). «تیتر با حروف فارسی»، **فصلنامه نشان**، شماره ۱۴: ۳۴ـ۳۹.

خان‌جانزاده، دامون(۱۳۹۱). «معمار حروف/ گفتگو با دامون خان جانزاده طراح تایپ نشریات»، **فصلنامه شارستان**، شماره ۳۶ و ۳۷: ۱۱۴ـ۱۱۷.

روپر، جفری(۱۳۸۸). «تلاش‌های عربی‌ـ اروپایی: خوشنویسی، نشانه‌نگاری و نوشته‌نگاری در دوران ابتدایی مدرنیسم»، **دبیره: الف (دفتری در خط و زبان فارسی)**، مجموعه مقالات: ۴۰ـ۵۶، تهران: موسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.

سپهر، مسعود(۱۳۹۱). «حدود تایپوگرافی» در **کتاب اردیبهشت۳**: گزیدهٔ مقالات سومین فراخوان پژوهشی طراحی گرافیک ایران، مجموعه مقالات شماره ۳: ۱۳۹ـ۱۶۲، تهران: نشرآبان.

عابدینی، رضا(۱۳۸۸). «هیولا و خط فارسی»، **دبیره: الف (دفتری در خط و زبان فارسی)**، مجموعه مقالات: ۴ـ۸، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.

عبدالله‌زاده حقیقی، حسین(۱۳۸۱). «فصلی از تاریخچه هنر گرافیک ایران، ورود دستگاه‌های لاینوتایپ و آغازی بر کار طراحی حروف»، **مجله گرافیک**، شماره ۴۵/۴۴: ۶ـ۹.

عفراوی، بهرام(۱۳۸۸). **کتاب فونت (راهنمای طراحی، انتخاب و به کارگیری فونت فارسی)**، تهران: مؤسسهٔ فرهنگی هنری سی بال هنر.

غلامی جلیسه، مجید(۱۳۹۰). «تحقق رؤیای چاپ فارسی در شرق به دست چارلز ویلکینز» **مجله پیام بهارستان**، شماره ۱۳: ۱۰۲۰ـ۱۰۲۹.

قادر، حسن (۱۳۸۸). **نخستین گام‌های مدیریت نوشتار، راهکارهای علمی و عملی**، تهران: انتشارات علم.

کاشانی، مجید(۱۳۹۰). «نگاهی به قلم ویژه»، **فصلنامه نشان**، شمارهٔ ۲۸: ۲۲ـ۲۵.

کِرا، پاول(۱۳۸۴). «عبّار، راهی نو»، **مجله هنرهای تجسمی**، شماره۲۲: ۲۲ـ۲۵.

کرایک، جیمز و برتون، بروس(۱۳۸۲). **سی قرن طراحی گرافیک**، ترجمهٔ ملک محسن قادری، تهران: سازمات چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کهوند، مریم(۱۳۸۸). **پژوهشنامه گروه پژوهش فونت فارسی**، تهران: دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی.

کهوند، مریم(۱۳۹۱). «یادداشت دبیر» در **کتاب اردیبهشت۳**: گزیدهٔ مقالات سومین فراخوان پژوهشی طراحی گرافیک ایران، مجموعه مقالات شماره ۳: ۱۰ ـ ۱۳، تهران: نشرآبان.

مثقالی، فرشید(۱۳۹۰). **تایپوگرافی (حروف‌چینی)**، تهران: مؤسسه پژوهشی چاپ و نشر نظر.

مشکی، ساعد(۱۳۹۰). «سرمقاله»، **فصلنامه نشان**، شمارهٔ ۲۶: ۴ ـ ۵.

مِگز، فیلیپ‌بی(۱۳۸۴). **تاریخ طراحی گرافیک**، ترجمهٔ ناهیداعظم فراست و غلامحسین فتح‌الله نوری، تهران: انتشارات سمت.

ممیز، مرتضی(۱۳۸۲). **حرف‌های تجربه، مجموعهٔ مقالات از سال ۱۳۴۵ تا ۱۳۸۲**، تهران: انتشارات دید.

وایت، الکس(۱۳۸۹). **تأمّلی در طراحی حروف (ایدئولوژی کاربردی در طراحی حروف)**، مترجمان: عاطفه متّقی و محمدرضا عبدالعلی، تهران: فرهنگسرای میردشتی.

سایت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

Abou Rjeily, Rana; (2011); Cultural connectives; New York; Mark Batty

Nemeth, Titus; (2006); Harmonization of Arabic and Latin script; United Kingdom: University of Reading.

Norman, Jeremy; (2018); Paganino & Alessandro Paganini Issue the First Printed Edition of the Qur'an in Arabic, of Which One Copy Survived; Retrieved from http://www.historyofinformation.com/expanded.php?id=405

Pao,Imin and Berger, Joshua; (2006); 30 Essential Typefaces for a Lifetime; massachussets: RockPort.

Rees, Fran; (2006); Johannes Gutenberg: Inventor of the printing press; Minneapolis, MN: Compass Point Books.

www.linotype.com

www.myfonts.com

www.sakkal.com