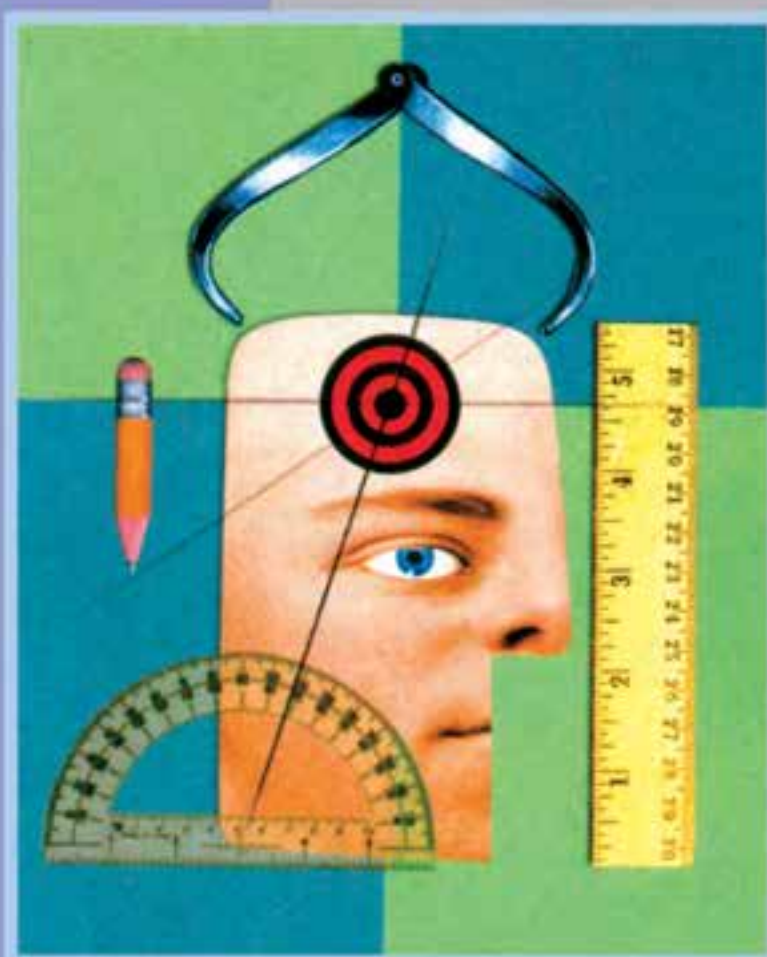


واحد کار ۲۹

پروژه‌های گرافیک رایانه‌ای



واحد کار ۲۹
پروژه‌های گرافیک رایانه‌ای

۲۹-۱ کارگاه گرافیک رایانه‌ای (WorkShop 1.0)

۱-۱-۲۹ کارگاه پوستر

یک رسانه بصری که در حالت معمول فاقد تاخورد بوده و از آن برای ارائه یک پیام فرهنگی، سیاسی، تجاری و... استفاده می‌شود به پوستر و در آلمانی پلاکات و در روسی پلاکارد و بالاخره در زبان فرانسه آفیش گفته می‌شود. اندازه پوسترها بر اساس قطع‌های کاغذ موجود در یک کشور و بر اساس مضربی از آن‌ها ایجاد می‌شوند.

در ایران از آن‌جایی که کاغذهای موجود در بازار در دو قطع ۷۰×۱۰۰ سانتی‌متر (معروف به چهار و نیم برگی) و ۶۰×۹۰ سانتی‌متر (معروف به سه برگی) در بازار وجود دارند پوسترها عمدتاً در سه قطع استاندارد زیر تهیه می‌شوند:

الف- ۳۵×۵۰ سانتی‌متر ب- ۷۰×۵۰ سانتی‌متر ج- ۷۰×۱۰۰ سانتی‌متر

همان‌طور که می‌دانید یکی از اندازه‌های کاغذهایی که در چاپخانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد اندازه B1 یا همان ۷۰×۱۰۰ است. طبیعی است اگر شما از قطع‌های استاندارد پوستر که همگی دارای نسبت ۵ به ۷ دارند استفاده کنید کمترین دورریز از کاغذ اصلی به‌وجود آمده و در هزینه‌های اقتصادی پوستر صرفه‌جویی زیادی می‌شود. البته در تعداد کم می‌توان از ابعادی غیر از نسبت‌های استاندارد پوستر نیز استفاده کرد.

۲-۱-۲۹ ساختار کلی یک پوستر

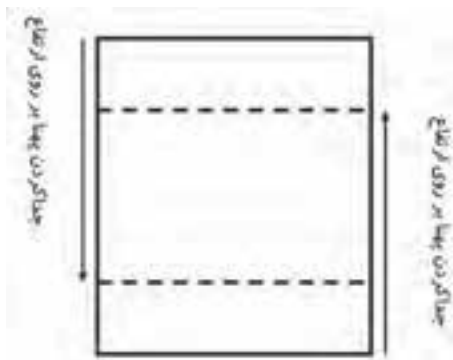
به‌طور کلی برای ایجاد یک چیدمان مناسب و حرفه‌ای در یک پوستر لازم است آشنایی کلی با ساختار اصلی یک پوستر داشته باشیم. برای این منظور مراحل زیر را دنبال می‌کنیم:

۱- به اندازه پهنای پوستر از بالا به پایین و از پایین به بالا بر روی ارتفاع جدا می‌کنیم در این حالت کادر پوستر ما به سه بخش شامل دو مستطیل و دو مربع تقسیم‌بندی می‌شود.

۲- به مستطیل‌های ایجاد شده اصطلاحاً مستطیل رهنمون‌گر و به مربع‌های ایجاد شده عنوان مربع شاخص را می‌دهیم.

۳- معمولاً از مستطیل‌های رهنمون‌گر برای قرار دادن عنوان یک پوستر استفاده می‌شود. هرچند امروزه در پوسترهای معاصر، این اصل یا قانون نیز بیش‌تر اوقات رعایت نمی‌شود و گرافیکست گاهی اوقات ممکن است متون را با المان‌های تصویری چفت و بست نماید.

۴- از آن‌جایی که مربع شاخص بخش اعظم یک پوستر را به لحاظ فضا در اختیار گرافیکست قرار می‌دهد معمولاً میدان مانور ترکیب‌بندی‌های مختلف گرافیکست به شمار می‌آید. به‌طوری‌که گرافیکست با توجه به موضوع و فضای کاری از ترکیب‌بندی‌های مختلف برای چیدن المان‌های تصویری و متنی



استفاده می‌کند. به‌عنوان مثال فرض کنید می‌خواهیم در یک پوستر با عنوان اعتیاد از فضای موجود در مربع شاخص برای ترکیب‌بندی استفاده کنیم. بدیهی است در این بخش می‌توان از یک ترکیب‌بندی نامتعادل و غیر ایستا مانند یک مثلث فرضی که با خط افق زاویه پیدا کرده است استفاده کرد. به‌طوری‌که در این ترکیب‌بندی تمامی المان‌های تصویری و متنی دارای چیدمان نا پایدار می‌باشند.



به قرارگیری نوشته‌ها در پوسترهای نمایشگاه هنرستان هنرهای تجسمی پسران اثر علیرضا کوشش فرد و پوستر ششمین جشنواره‌ی فیلم کودک اثر مهدی حمزه پوریان، در مستطیل‌های رهنمونگر بالا و پایین کادر دقت کنید.

۵- در طراحی پوستر یک سانتی‌متر از اطراف کادر را اضافی یا دورریز فرض کنید و المان‌های تصویری یا نوشتاری خود را با توجه به این بخش در داخل کادر تنظیم نمایید. در چاپ به این بخش یک سانتی‌متری دور تا دور پوستر که جزء سطح موثر پوستر به حساب نمی‌آید و به عنوان دورریز یا اضافی کادر محسوب می‌شود اصطلاحاً لب پنجه می‌گویند.

۳-۱-۲۹ اصول کاربردی در طراحی پوستر

پوسترها نیز مانند سایر آثار گرافیکی و رسانه‌های بصری دو عامل فرم و رنگ دارند که از عوامل اصلی موثر در ساخت و ایجاد آن‌ها به حساب می‌آیند. گرافیسست باید در استفاده مناسب از این دو عامل اصلی اطلاعات و تسلط کافی داشته باشد. اگرچه بسیاری از پوسترها که امروزه توسط افراد غیر تخصصی طراحی می‌شوند از اصول و ساختار خاصی تبعیت نمی‌کنند ولی باید بدانید در طراحی یک پوستر حرفه‌ای که توسط یک فرد تحصیل کرده و تخصصی ایجاد می‌گردد معمولاً اصول بسیار زیادی مورد توجه قرار می‌گیرد. که ما در زیر شما را با تعدادی از این اصول و نکات کاربردی آشنا می‌کنیم:



هر پوستر متناسب با موضوع، تصاویر به کار رفته در آن و محل نصب، می‌تواند به صورت عمودی یا افقی طراحی گردد. معمولاً کادرهای عمودی از تمرکز بیش‌تری برخوردار هستند. به عنوان مثال به پوستر مقابل که از یک کادر عمودی در آن استفاده شده توجه کنید:

انتخاب کادر عمودی در پوستر نمایشگاه طراحی اثر ابراهیم حقیقی با توجه به عناصر عمودی موجود در کادر

البته محل نصب پوستر نیز در طراحی عمودی یا افقی آن تاثیر گذار می‌باشد. به عنوان مثال در ایستگاه مترو معمولاً از کادرهای افقی که به موازات خط حرکت قطار (افق) ایجاد شده اند استفاده می‌شود. دلیل این امر آن است که بیننده (مسافر مترو) در حال حرکت با مترو میدان دید بیشتری برای مشاهده پوستر داشته باشد. پس در حالت‌هایی که بیننده ثابت و پوستر متحرک است مانند تبلیغات روی اتوبوس‌ها و در حالتی که بیننده متحرک و پوستر ثابت می‌باشد مانند مثال مترو لازم است پوستر به صورت افقی طراحی گردد.

سوال: به نظر شما عامل یا عوامل دیگری نیز وجود دارد که بتوان بر اساس آن یک پوستر افقی طراحی کرد؟

در یک پوستر باید از شلوغ کردن کادر و پر شماری عناصر بصری اعم از تصویر و متن پرهیز کرد از آن جایی که پوسترها و عوامل بصری موجود در آن‌ها در زمانی حدود ۱۰ ثانیه در معرض دید بیننده قرار می‌گیرند لازم است تصاویر و نوشته‌ها کاملاً مشخص و واضح به بیننده ارائه شوند.

ضمن این که به گونه‌ای طراحی شوند که از فاصله ۳ تا ۴ متری قابل تشخیص باشند. لازم است ترکیب‌بندی رنگ و عناصر بصری با موضوع پوستر تناسب و هماهنگی داشته باشد. به عنوان مثال در یک پوستر با موضوع مذهبی معمولاً از فرم‌های دوار و رنگ‌های سبز و آبی که معنویت و روحانی بودن را تداعی می‌کنند بیش‌تر استفاده می‌شود.

از عواملی که می‌تواند در یک پوستر باعث جلب توجه بیش‌تر گردد ایجاد ریتم‌های بصری مختلف با استفاده از اصل کنتراست یا تضاد است.

معمولاً در یک پوستر، متن با یکی از المان‌های تصویری ترازبندی می‌شود. به عبارت ساده‌تر در یک پوستر جای نوشته را باید به صورتی مشخص کرد که بین نوشته و تصویر یک ارتباط و چفت و بست وجود داشته باشد. در این حالت اصطلاحاً می‌گویند نوشته به تصویر اشاره می‌کند و تصویر به نوشته. پس با این توضیح و با نگاهی به پوسترهای معاصر در می‌یابید که امروزه در یک پوستر جای مشخصی (مانند مستطیل رهنمونگر) برای قرار دادن نوشته وجود ندارد. این تفکر و خلاقیت طراح است که می‌تواند جایگاه المان‌های تصویری و نوشتاری را در یک پوستر تعیین نماید.

تمامی اصولی که در بالا گفته شد اگرچه ممکن است در بسیاری از پوسترها به صورت مشترک به چشم بخورند، اما خلاقیت و نوآوری در کار یک گرافیست تنها اصلی است که می‌تواند به کار فرد شخصیت داده و کار او را از سایرین متمایز نماید.

ز CD تمرینات زیرشاخه Poster محتویات یکی از پوشه‌های موجود را در فتوشاپ باز کرده و با اجرای مجدد فایل‌ها، Psd آن‌ها را ایجاد کنید. بار دیگر همین فایل‌ها را با ترکیب‌بندی جدیدی اجرا کنید.

۲۹-۲ کارگاه گرافیک رایانه‌ای (WorkShop2.0)

۱-۲-۲۹ گرافیک چند رسانه‌ای

چند رسانه‌ای به ترکیبی از متن، صدا، تصویر، انیمیشن و فیلم گفته می‌شود که برای انتقال یک مفهوم یا پیام از آن استفاده می‌شود. از این روش تأثیرگذار امروزه در تهیه و تولید CDهای آموزشی، چند رسانه‌های تبلیغاتی، نشریه‌های الکترونیکی و بسیاری موارد مشابه دیگر استفاده می‌شود. از آن جایی که گرافیک موجود در چند رسانه‌ای یکی از روش‌های جلب توجه و جذب مخاطب می‌باشد ما در این کارگاه سعی خواهیم کرد شما را با استانداردها و اصول گرافیکی موجود در یک چند رسانه‌ای آشنا نماییم.

اصولاً اگر یک چند رسانه‌ای را به لحاظ گرافیکی مورد بررسی قرار دهیم معمولاً اجزاء زیر را می‌توان از یک‌دیگر تفکیک کرد:

- رابط گرافیکی کاربر یا Interface
- دکمه‌ها یا buttons
- قاب‌ها Frames
- پانل‌های کنترلی
- آیکن‌ها



۲-۲-۲۹ رابط گرافیکی (Interface)

پنجره اصلی برنامه و سایر پنجره‌های فرعی که عناصر یک چند رسانه‌ای بر روی آن قرار می‌گیرند.

۲-۲-۲۹ ویژگی‌های گرافیکی Interface

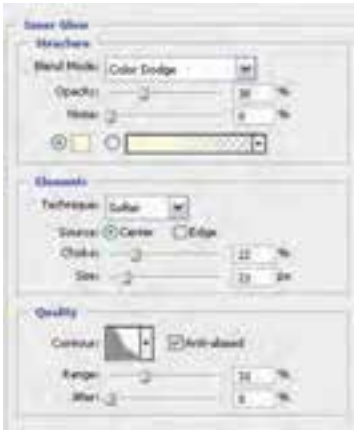
۱. اندازه‌های استاندارد مورد استفاده در طراحی یک Interface شامل دو اندازه ۱۰۲۴×۷۶۸ یا ۸۰۰×۶۰۰ در نظر گرفته می‌شود.
۲. مد رنگی صفحه در فتوشاپ RGB می‌باشد.
۳. دقت تصویر ۷۲ppi در نظر گرفته می‌شود.
۴. فرمت خروجی فایل صفحه معمولاً JPG انتخاب می‌شود.

۲-۲-۲۹ دکمه‌ها (Buttons)

یکی از اجزای بسیار اساسی صفحات گرافیکی در یک چند رسانه‌ای را دکمه‌های موجود در صفحات تشکیل می‌دهد که کاربر از طریق این دکمه‌ها می‌تواند به بخش‌های مختلف چند رسانه‌ای رفته یا به صفحه اصلی برگشت نماید. این دکمه‌ها را می‌توان شامل موارد زیر دانست:

دکمه‌های صفحه اصلی: مانند دکمه‌های عناوین دروس، دکمه آزمون‌ها، دکمه About و دکمه خروج

- دکمه‌های Navigat صفحات: مانند دکمه‌های Back، Next، back to menu.
 - دکمه‌های کنترل صدا و تصویر: مانند Play، Stop، Pause، Forward و Backward
 - دکمه‌های امکانات: مانند دکمه‌های search، سرگرمی، سایت‌های مرتبط و...
- از آن جایی که دکمه‌ها دارای سه حالت Up، Down و Over می‌باشند در طراحی دکمه‌ها باید برای هر دکمه سه حالت مختلف زیر طراحی گردد.



بعد از آن به قسمت Inner Glow بروید و مقادیر آن را نیز مطابق شکل مقابل تغییر دهید.



سپس به قسمت Bevel and Emboss رفته و مقادیر آن را مانند شکل روبه‌رو تغییر دهید.

حال پس از فشردن کلید OK و بازگشت به محیط فتوشاپ طرح شما آماده شده است و مانند شکل زیر می باشد.

۲۹-۲-۶ قاب‌ها (Frames)

به بخش کادر مانند و بسته‌ای که از آن برای قرارگیری فیلم‌ها، انیمیشن‌ها و تصاویر در یک صفحه چندرسانه‌ای استفاده می‌شود قاب گفته می‌شود. اصولاً قاب‌ها در یک صفحه چندرسانه‌ای باعث تمرکز بیش‌تری می‌گردند. بدین لحاظ در Interface های با اندازه 786×1024 معمولاً قاب در وسط صفحه و دارای اندازه 600×800 در نظر گرفته می‌شود. ضمن این‌که در اندازه 600×800 نیز معمولاً اندازه قاب را 480×600 در نظر می‌گیرند.



۲۹-۲-۷ پانل‌های کنترلی

یک صفحه یا پانل که از آن برای قرارگیری دکمه‌های کنترلی یک چند رسانه‌ای استفاده می‌شود مانند پانل کنترلی صدا و تصویر



جدول عناصر گرافیکی یک چندرسانه‌ای

عنوان	دقت تصویر	اندازه	فرمت خروجی	توضیحات
صفحه یا Interface	۷۲	۱۰۲۴ × ۷۶۸ پیکسل	JPG	
قاب	۷۲	۸۰۰ × ۶۰۰ پیکسل	JPG	
دکمه‌ها	۷۲	اندازه دکمه‌ها متناسب با صفحه اصلی تنظیم و تعیین می‌گردد. به عنوان مثال ۴۵ × ۴۵ - ۱۶۰ × ۴ ...	Png-8 Gif	در دکمه‌هایی با زمینه شفاف از فرمت‌های Png و gif استفاده می‌شود. برای اینکه بتوان در نرم‌افزار تولید چندرسانه‌ای این زمینه‌ها را حذف کرد.
پانل‌های کنترلی	۷۲	۸۰۰ × ۶۰۰ پیکسل	JPG	اندازه پانل‌ها می‌تواند با توجه به نوع طراحی تغییر نماید.
آیکن‌ها	۷۲	۱۶ × ۱۶، ۳۲ × ۳۲، ۴۸ × ۴۸، ۶۴ × ۶۴، ۱۲۸ × ۱۲۸	Ico Png Bmp	

۸-۲-۲۹ آیکن‌ها (Icons)

نمادها یا تصویرک‌هایی هستند که به عنوان معرف یک عنوان در یک CD یا چند رسانه‌ای از آن‌ها استفاده می‌گردد. ضمن این‌که از آیکن برای نماد شناسایی یک چندرسانه‌ای در هنگام اجرای خودکار آن نیز استفاده می‌شود.



نکته: فرمت خروجی آیکن‌ها معمولاً ICO یا PNG می‌باشد اما به دلیل این‌که نرم‌افزار فتوشاپ قادر به تولید خروجی Ico نمی‌باشد می‌توانید از فرمت‌هایی چون BMP یا PNG با اندازه‌های ۱۶ × ۱۶، ۳۲ × ۳۲، ۴۸ × ۴۸، ۶۴ × ۶۴، ۱۲۸ × ۱۲۸ پیکسل استفاده نمایید.

از CD تمرینات زیرشاخه Multimedia محتویات یکی از پوشه‌های موجود را در فتوشاپ باز کرده و با اجرای مجدد فایل‌ها، Psd آن‌ها را ایجاد کنید.

۲۹-۳ کارگاه گرافیک رایانه‌ای (WorkShop 3.0)

۲۹-۳-۱ روتوش عکس

۲۹-۳-۲ رنگی کردن عکس‌های سیاه و سفید

یکی از کارهایی که امروزه در عکاسی‌ها و بازار رایج شده و شاید شما هم دیده‌اید تبدیل عکس‌های سیاه و سفید قدیمی به رنگی و تبدیل عکس رنگی به سیاه و سفید است. ما در این قسمت سعی خواهیم کرد شما را با فرایند این عمل و روش‌های مختلف آن آشنا نماییم.

برای رنگی کردن عکس‌های سیاه و سفید به رنگی، روش‌های مختلفی وجود دارد. یکی از ساده‌ترین و سریع‌ترین روش‌های رنگی کردن عکس استفاده از دستور Hue/Saturation می‌باشد که در زیر به بررسی مراحل انجام دادن کار می‌پردازیم:

۱. یک عکس سیاه و سفید دلخواه مانند تصویر زیر را ابتدا اسکن کرده سپس در محیط فتوشاپ آن را باز کنید.



۲. از آنجایی که در این تصویر بخش‌های متعددی برای رنگی کردن وجود دارد ما ابتدا از صورت فرد در تصویر شروع کرده و با ابزارهای انتخاب مناسب مانند Magnetic Lasso یا Polygonal Lasso آن را انتخاب می‌نماییم.

۳. از منوی Image و زیرگزینه Mode مد رنگی تصویر را RGB انتخاب کنید.

۴. دستور Hue/Saturation را از منوی Image و زیرگزینه Adjustments اجرا نمایید.

۵. در پنجره باز شده گزینه Colorize را فعال کنید. سپس دستگیره مربوط به بخش Hue یا فام رنگی را درگ نمایید تا به رنگ مورد نظر خود نزدیک شوید. معمولاً برای ایجاد رنگ صورت برای Hue و Saturation عددی بین ۳۰ تا ۳۵ مناسب خواهد بود.

برای ادامه بخش‌های تصویر نیز می‌توانید پس از انتخاب محدوده مورد نظر رنگ دلخواه خود را ایجاد نمایید. در مورد رنگی کردن تصاویر سیاه و سفید توجه داشته باشید رنگ‌ها کنتراست زیادی نداشته باشند، ملایم و نرم باشند ضمن این‌که درصد اشباع رنگ‌ها را نیز زیاد افزایش ندهید.

نکته: اگر بخواهید رنگ بعضی از نقاط را که اشتباهاً رنگی شده پاک نمایید می‌توانید از ابزار sponge استفاده کنید.

علاوه بر روشی که گفته شد برای رنگی کردن می‌توانید از ابزار سطل رنگ (Paint Bucket) نیز استفاده کنید. یعنی پس از انتخاب محدوده مورد نظر با این ابزار داخل آن را با رنگ مورد نظر پر کنید. اما برای این‌که رنگ‌ها تخت نشده و بافت زیر آن نمایش داده شود در پالت لایه‌ها حالت رنگی آن را به جای Normal Overlay قرار دهید.

سومین روش برای این منظور نیز استفاده از ابزار Color Replacement Tool می‌باشد که توسط آن می‌توانید از یک عکس دیگر رنگ مورد نظر خود را با پایین نگه داشتن کلید ALT و کلیک، به عنوان رنگ روزمینه انتخاب کرده سپس بر روی محدوده انتخاب شده در مقصد با درگ کردن، رنگ روزمینه را اعمال نمایید.

۳-۲۹ اعمال جلوه‌ی قدیمی به عکس‌های رنگی

همان طوری که با ظهور تکنولوژی عکس، تبدیل عکس‌های سیاه و سفید به رنگی جذابیت زیادی داشت امروزه تعدادی از مشتریان نیز سیاه و سفید بودن و درجه رنگی زرد عکس‌های قدیمی برای آن‌ها جذابیت داشته خواهند سیاه و سفید شدن عکس‌های رنگی خود هستند.

برای این منظور و با استفاده از فتوشاپ این کار بسیار ساده و سریع انجام می‌گیرد. به طوری که کافی است مراحل زیر را بر روی آن انجام دهید:

۱. به عنوان مثال فایل دلخواهی مانند Eagle.psd را باز کرده و یک Duplicate از فایل به نام Sample_eagle ایجاد کنید و فایل اصلی را ببندید.

۲. از منوی Image و زیر گزینه Mode گزینه Grayscale را انتخاب کنید تصویر شما به یک تصویر سیاه و سفید تبدیل شده است اما هنوز جلوه عکس‌های قدیمی به خود نگرفته است.

۳. در ادامه‌ی کار، مجدداً از منوی Image

و زیر گزینه Mode این بار گزینه

Dutone را اجرا کنید سپس در پنجره باز

شده از بخش Type گزینه Ink2 را

انتخاب کرده و از بخش رنگ زرد

را انتخاب نمایید. همان طور که مشاهده

می‌کنید، عکس رنگی مورد نظر به یک

عکس قدیمی سیاه و سفید با جلوه زرد

رنگ تبدیل شده است.



۴-۲۹ سیاه و سفید کردن بخشی از یک عکس رنگی

گاهی اوقات برای جلب توجه بیننده به بخش خاصی از یک تصویر یا پوستر، بخش مورد نظر رنگی و بقیه بخش‌ها سیاه و سفید می‌شود. برای این منظور نیز لازم است مراحل زیر را انجام دهید.

۱. فایل دلخواهی مانند Ducky.jpg را باز کرده و مثل همیشه یک Duplicate از فایل با نام Sample_ducky ایجاد کنید و سپس فایل اصلی را ببندید.

۲. محدوده‌ای که قرار است رنگی بماند را انتخاب کنید به عنوان مثال «نوک اردک» سپس به آن Feather برابر یک بدهید.

۳. از منوی select با دستور Inverse محدوده انتخاب را معکوس کنید.

۴. دستور Gradient Map را از منوی Image و

زیر گزینه Adjustments اجرا نمایید. و شیب

رنگی سیاه و سفید را انتخاب کنید. مشاهده

می‌کنید تصویر به جز نوک اردک سیاه و سفید

شده است.

از این تکنیک در پوستر برای جلب توجه

بیننده و تمرکز بر روی ناحیه خاصی از تصویر

استفاده می‌شود.



سوال: به نظر شما چه روش‌های دیگری برای سیاه و سفید کردن غیر از دستور فوق وجود دارد.

۲۹-۴ گارگاه گرافیک رایانه‌ای (Workshop 4.0)

۱-۴-۲۹ اوراق اداری

معمولاً به مجموعه سر برگ، کارت ویزیت و پاکت نامه اصطلاحاً اوراق اداری گفته می‌شود. ما در این کارگاه به بررسی اوراق اداری، ویژگی‌های گرافیکی آن‌ها و اصول کاربردی در طراحی و ایجاد آن‌ها خواهیم پرداخت.

۲-۴-۲۹ سر برگ

اوراقی هستند که معمولاً در اندازه (۲۹/۷ × ۲۱) A4 و (۱۴/۸cm × ۲۱) A5 طراحی می‌گردند و از آن‌ها برای انجام دادن مکاتبات اداری شرکت‌ها، موسسات یا حتی اشخاص حقیقی استفاده می‌شود.



۳-۴-۲۹ ساختار طراحی یک سر برگ

به طور کلی می‌توان یک سر برگ را در طراحی شامل سه بخش اصلی زیر دانست:

۱- سرصفحه ۲- بخش مکاتبات و نوشته‌ها
۳- پاصفحه

از سر صفحه برای قرارگیری عنوان، نشانه و بخش‌هایی چون تاریخ و شماره و پیوست استفاده می‌شود در مقابل از پاصفحه برای قرارگیری آدرس‌ها و نشانی‌ها شامل آدرس پستی، شماره تلفن و آدرس پست الکترونیکی و یا سایت‌های اینترنتی استفاده می‌کنیم. بخش بین این دو قسمت را که معمولاً بیش‌ترین فضای صفحه را به خود اختصاص می‌دهد برای مکاتبات و نوشته‌ها از آن استفاده می‌کنیم.

نکات مهم در مورد سر برگ :

۱. معمولاً محل قرارگیری نشانه یا آرم موسسه یا شرکت در بالای صفحه در بخش سمت راست یا وسط سر صفحه تعیین می‌شود که این امر در اوراق اداری سازمان‌های دولتی بسیار مشهود است. هرچند که گرافیکست آزاد است با توجه به ایده خود یا سفارش دهنده جای آرم در سر برگ را تعیین نماید.
۲. محل درج تاریخ، شماره و پیوست معمولاً در سمت چپ صفحه تعیین می‌گردد. چرا که این امر کار بایگانی را در پیدا کردن یک نامه با تاریخ یا شماره مشخص راحت تر می‌کند.
۳. اندازه قلم نوشته‌ها در سر صفحه یک سر برگ بین ۱۰ تا ۱۴ Point با قلم Bold تعیین می‌گردد.
۴. عنوان موسسه یا شرکت معمولاً در کنار آرم شرکت و با توجه به شکل آرم تراز بندی می‌گردد.
۵. اندازه قلم نوشته‌ها در پاصفحه که معمولاً شامل نشانی موسسه یا شرکت می‌باشد معمولاً بین ۸ تا ۱۲ Point در نظر گرفته می‌شود.
۶. فاصله عناصر موجود در سر برگ از حاشیه‌ها معمولاً حدود یک سانتی‌متر می‌باشد.
۷. معمولاً زمینه سر برگ بدون رنگ یا از رنگ‌های روشن انتخاب می‌گردد تا در هنگام کپی، تیره و سیاه نشود.
۸. بخش بین سرصفحه و پاصفحه که برای انجام دادن مکاتبات از آن استفاده می‌شود معمولاً سفید رنگ بوده یا از رنگ‌های روشن در آن‌ها استفاده می‌شود تا نوشته‌های قرار گرفته در این بخش خوانا باشد.

۹. طراحی گرافیکی سربرگ در قطع‌های مختلف یک موضوع یکسان است فقط اندازه قلم نوشته‌ها و عناصر موجود در سربرگ به تناسب اندازه تغییر می‌کند.
۱۰. در صورتی که از آرم یا نشانه سربرگ در بخش مکاتبات صفحه بین سرصفحه یا پاصفحه استفاده شود لازم است کمرنگ بوده تا در هنگام نوشتن یا کپی یک سربرگ مشکلی در خوانایی متون ایجاد نگردد.

۴-۲۹-۴ کارت ویزیت

معمولاً یک قطع استاندارد ۹ در ۵ سانتی‌متر است که برای اطلاع‌رسانی در مورد زمینه‌ها و عناوین کاری یک موسسه، شرکت یا شخص حقیقی استفاده می‌شود.

نکات مهم در مورد کارت ویزیت :

۱. عناصری که در یک کارت ویزیت معمولاً موجود می‌باشد شامل آرم، عنوان، نشانی و شرح مختصری از عناوین کاری شرکت یا موسسه می‌باشد.
۲. اندازه قلم نوشته‌ها در کارت ویزیت معمولاً حداکثر ۱۲ پوینت در نظر گرفته می‌شود. اگر چه می‌توان از فونت‌ها یا قلم‌های مختلفی استفاده کرد ولی شباهت بصری باید بین قلم‌ها وجود داشته باشد. البته توجه داشته باشید که با توجه به انتخاب نوع فونت می‌تواند اندازه قلم تغییر کند ضمن این که به این اصل توجه داشته باشید که در کارت ویزیت تاکید بر جلب توجه بیننده به عنوان شرکت است به همین دلیل اندازه قلم عنوان نسبت به سایر عناصر بزرگتر می‌باشد.
۳. برای انسجام گرافیکی بیش‌تر در یک کارت ویزیت معمولاً بهتر است علاوه بر ترازبندی ابتدا و انتهای نوشته‌ها آن‌ها را با عناصر بصری موجود در کادر تراز نماییم.
۴. استفاده از تصاویر زیاد در کارت ویزیت به دلیل کوچک بودن کادر توصیه نمی‌شود.
۵. اگرچه قطع ۵ × ۹ سانتی‌متر یک اندازه استاندارد می‌باشد ولی اندازه‌های دیگری مانند ۵ × ۸، ۵ × ۱۰ و اندازه‌های متفاوت دیگری نیز گاهی اوقات در کارت ویزیت‌ها مشاهده می‌شود.

۵-۴-۲۹ پاکت نامه

سومین عضو خانواده اوراق اداری را پاکت‌های نامه تشکیل می‌دهند. از این پاکت‌ها برای ارسال نامه‌های اداری یک موسسه یا شرکت استفاده می‌شود. ابعاد پاکت نامه متناسب با ابعاد سربرگ که معمولاً A4 می‌باشد تعیین می‌گردد. به طوری که اندازه پاکت نامه یک سوم قطع A4 به اضافه ۶ میلی‌متر به پهنا و ارتفاع می‌باشد. بر این اساس اندازه یک پاکت نامه قطع A4 را حدوداً ۱۰/۵ × ۲۱/۵ یا ۱۱ × ۲۲ سانتی‌متر در نظر می‌گیرند.

نکات مهم در مورد پاکت نامه :

۱. پاکت نامه معمولاً شامل آرم و عنوان شرکت بوده ضمن این که درج آدرس یا نشانی بر روی پاکت ضروری است.
۲. محال فرارگیری آرم یا عنوان شرکت معمولاً در بخش سمت چپ و بالای پاکت قرار می‌گیرد. ضمن این که نیمه سمت راست پاکت نامه برای الصاق تمبر و انجام عملیات پستی خالی می‌باشد.
۳. در زیر بخش الصاق تمبر و عملیات پستی معمولاً آدرس گیرنده و در بخش سمت چپ و بالا آدرس فرستنده یا همان آدرس موسسه و شرکت قرار می‌گیرد. هرچند که در بعضی از چیدمان‌ها آدرس شرکت یا موسسه مربوطه در پایین پاکت نامه نیز قرار می‌گیرد.

۶-۴-۲۹ اصل اساسی در طراحی اوراق اداری

مهمترین اصل در طراحی اوراق اداری وجود ترکیب‌بندی و الگوی ثابت، رنگ‌بندی مشترک در میان سربرگ، کارت ویزیت و پاکت نامه می‌باشد. به طوری که گرافیک، ابتدا الگوی اولیه در طراحی اوراق اداری با سربرگ یا کارت ویزیت را انجام می‌دهد سپس این الگو مطرح پیاده شده به سایر اوراق اعمال می‌گردد.

از CD تمرینات زیرشاخه Edari محتویات یکی از پوشه های موجود را در فتوشاپ باز کرده و با اجرای مجدد فایل ها، Psd آن را ایجاد کنید. بار دیگر همین فایل ها را با ترکیب بندی جدیدی اجرا کنید.

۲۹-۵- گارگاه گرافیک رایانه ای (workshop 5.0)

۲۹-۵-۱ طراحی گرافیکی صفحات وب

یکی از سفارش هایی که در انجام دادن امور گرافیکی معمولاً انجام می شود طراحی گرافیکی یک صفحه وب است. اکثر شرکت ها و موسساتی که به طراحی صفحات وب مشغول اند در کنار واحد برنامه نویسی وب معمولاً یک واحد گرافیک وب دارند که کلیه امور گرافیکی مربوط به یک سایت را با هماهنگی مدیر پروژه و واحد برنامه نویسی وب انجام می دهند. ما در این قسمت سعی خواهیم کرد شما را با اجزاء صفحه وب و بخش های مختلف آن و در نهایت طراحی یک صفحه استاندارد وب آشنا نماییم.

۲۹-۵-۲ صفحه آغازین سایت و اجزاء آن

در سایتها معمولاً اصلی ترین بخش یک وب سایت را صفحه اولیه یا Homepage تشکیل می دهد. که یک گرافیسیت وب نیز بر این اساس فقط لازم است این صفحه را طراحی نماید. هرچند که در بعضی از سایتها صفحات دیگری نیز به جز صفحه اصلی وجود دارد که آن ها را نیز باید طراحی کرد. معمولاً در طراحی یک صفحه وب سه مرحله اصلی زیر وجود دارد:

- ۱- مرحله ی طراحی صفحه ۲- مرحله ی برش ۳- مرحله ی بهینه سازی صفحه و ذخیره پروژه

۲۹-۵-۳ مرحله ی طراحی اجزاء اصلی صفحه

اگر به صفحه آغازین چند صفحه وب نگاهی بیندازید مشاهده خواهید کرد که در اکثر این صفحات بخش های اصلی زیر وجود دارد (مانند شکل زیر):



۱. سرصفحه یا Header: این بخش که معمولاً در بالای صفحه اصلی قرار گرفته به عنوان سردر یک سایت یا تابلوی شناسایی سایت مورد نظر آن را می‌شناسند بنابراین تمامی طراحان گرافیک تمرکز و خلاقیت‌های گرافیکی خود را در این بخش متمرکز کرده و توسط این قسمت موضوع و عنوان سایت را معرفی می‌نمایند. این بخش از اجزاء زیر تشکیل شده است:

- عنوان یا Title سایت

- تصاویر مرتبط با موضوع سایت (شامل تصاویر و لوگوی سایت)

۲. بخش نمایش اطلاعات صفحه: در این بخش همان‌طور که از نام آن پیداست اطلاعات موجود در یک وب سایت مانند: اخبار، پیوندهای مفید، سخن روز، تابلو اعلانات و..... قرار داده می‌شود. که معمولاً هر یک از این بخش‌ها برای نمایش اطلاعات خود از یک کادر یا قاب استفاده می‌نمایند. این بخش از اجزاء زیر تشکیل شده است:

- قاب‌های نمایش اطلاعات

- نوار پیمایش یا Navigation bar

۳. منوهای یک صفحه وب: این بخش که معمولاً در سایت‌های ایرانی در سمت راست صفحه قرار گرفته حاوی گزینه‌های مختلف موجود در یک سایت وب می‌باشد. مانند: اخبار، پیوندهای مفید و....

نکات مهم و کاربردی در طراحی گرافیکی صفحات وب:

۱. با توجه به این که سیستم عامل اکثر سیستم‌ها، ویندوز Xp می‌باشد اندازه استاندارد یک صفحه وب و اجزاء آن از اندازه‌های زیر معمولاً تبعیت می‌کند.

عنوان	اندازه
اندازه صفحه آغازین یا Homepage	۷۶۸ × ۱۰۲۴ پیکسل
بخش Header یا سرصفحه	۱۵۰ × ۱۰۲۴ یا ۲۰۰ × ۱۰۲۴ پیکسل
بخش نمایش اطلاعات صفحه	۶۱۸ × ۸۴۴ یا ۵۶۸ × ۸۴۴ پیکسل
بخش منوی صفحه	۶۱۸ × ۱۸۰ یا ۵۶۸ × ۱۸۰ پیکسل

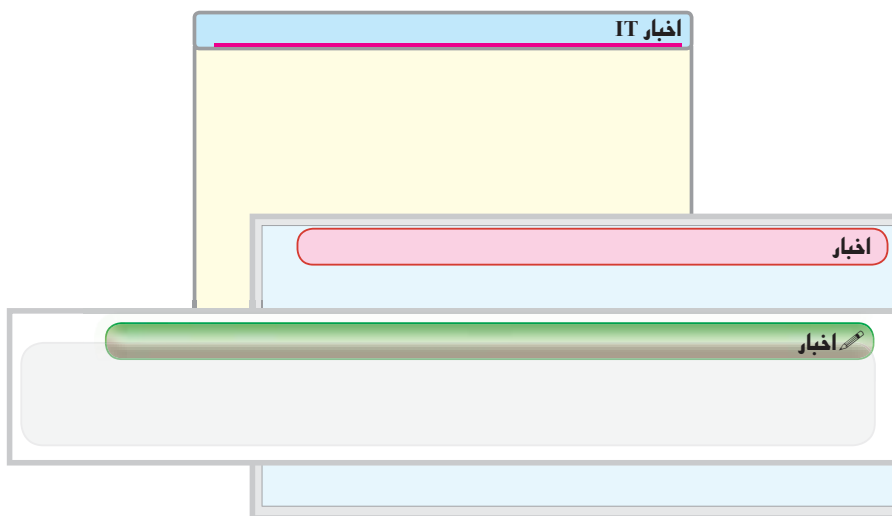
۲. مد رنگی صفحه در زمان طراحی RGB و فرمت فایل معمولاً Jpg در نظر گرفته می‌شود.

۳. دقت تصویر در یک صفحه وب ۷۲ppi تنظیم می‌گردد

۴. لازم است هارمونی رنگی مناسبی بین اجزاء مختلف یک صفحه وب برقرار باشد.

۵. در طراحی سر صفحه وب سایت‌های ایرانی معمولاً عنوان متنی سایت در نقاط طلایی سمت چپ صفحه قرار می‌گیرند.

۶. قاب‌ها متناسب با بخش نمایش اطلاعات صفحه و با توجه به موضوعات نمایش داده شده در آن‌ها در اندازه‌های مختلفی طراحی می‌شوند.



C تمرینات زیرشاخه Web محتویات یکی از پوشه های موجود را در فتوشاپ باز کرده و با اجرای مجدد ها، Psd آن را ایجاد کنید. بار دیگر همین فایل ها را با ترکیب بندی جدیدی اجرا کنید.