

طراحی گرافیک رشته ای بسیار پیشرفته است که لایه های زیادی دارد. ترند های طراحی گرافیک هر چند وقت یکبار تغییر می کنند و بعضی ترند ها برای مدت طولانی از کار می افتند و در آینده با نتایج بهتری به دنیای طراحی گرافیک برمی گردند. این تغییر مداوم ترند ها اصلا عجیب نیست زیرا ما در دنیایی زندگی می کنیم که با سرعتی باورنکردنی در حال تغییر است. نسل ها عوض می شوند و هر کدام از آن ها ویژگی های خودشان را دارند که چگونگی ترند ها را دیکته می کنند. به عنوان مثال ارزش ها و الگو های رفتاری دهه شصتی ها با دهه هفتادی ها خیلی فرق می کند و نسل های جدیدتر بیشتر به تکنولوژی وابسته اند که تأثیر زیادی در شکل گیری ترند ها داشته است.

گاهی اوقات الهام گرفتن و دنبال کردن ترند ها کار سختی است زیرا تمام طراحان گرافیک از منابع یکسانی استفاده می کنند یکی از روش هایی که می تواند به خلافت و الهام گرفتن شما کمک کند توجه به ترند های طراحی گرافیک در ژاپن است. ژاپن به هنر، تکنولوژی پیشرفته و فیلم های انیمه ای در کنار چیز های دیگر معروف است. طراحی گرافیک ژاپنی چشمگیر، مینیمال و غیر کلیشه ای است.



تایپوگرافی سفارشی

طراحان گرافیک ژاپنی بسیار از تایپوگرافی های سفارشی استفاده می کنند. اگر با زبان ژاپنی آشنایی داشته باشید می توانید دلیل استفاده از تایپوگرافی سفارشی را به راحتی متوجه شوید. حروف الفبای ژاپنی بسیار خاص و پیچیده است. برخلاف ۲۶ حرف زبان انگلیسی، هیراگانا و کاتاکانا (دو خط هجانما زبان ژاپنی) هرکدام ۴۶ حرف ساده دارند. طراحان ژاپنی ترجیح می دهند تنها برای چند کلمه یک تایپوگرافی جدید درست کنند به جای اینکه یک تایپ فیس جدید بسازند که این کار بسیار زمان بر است.

این ترند در طراحی بسیار کمک کننده است زیرا به جای استفاده از یک تایپ فیس خاص که ممکن است هزاران شکل مشابه داشته باشد با استفاده از تایپوگرافی سفارشی دیزاین بسیار خاص تر و متمایز تر به نظر می رسد.



رنگ های روشن و چشمگیر

اگر به ژاپن سفر کرده باشید یا حداقل تصاویری از آن را در فیلم یا فضای مجازی دیده اید مسلماً می دانید که ژاپنی ها عاشق نور و رنگ ها زنده و روشن هستند و خیابان ها پر از نورهای رنگی است. با نگاه کردن به طراحی های ژاپنی هم متوجه خواهید شد که رنگ های روشن تحت تاثیر این فرهنگ در طراحی گرافیک زیاد دیده می شود. در فرهنگ ژاپنی بیشتر از هرجای دیگر ترکیب های رنگی جدید دیده می شود و همیشه در حال ترکیب کردن و استفاده از رنگ های غیرمنتظره در کنار هم هستند. این یکی از دلایل کلیشه ای نبودن طراحی گرافیک ژاپنی است.



بامزگی

این ویژگی یکی از ابتدایی ترین المان هایی است که در طراحی ژاپنی دیده می شود. بامزه بودن در تمام تبلیغات ها و برنامه های تلویزیونی ژاپنی، بسته بندی و طرز لباس پوشیدن آن ها دیده می شود. طراحان ژاپنی باور دارند که استفاده از کاراکتر ها و نقاشی های بامزه باعث می شود تمام نگاه های منفی از روی برند برداشته شود و قابل اعتماد تر است.



飯 里 面
may we meet

ترند هایی که مثال زده شد تمام چیزهایی که فرهنگ طراحی گرافیک ژاپنی را تشکیل می دهند را پوشش نمی دهد اما مهم ترین المان های طراحی ژاپنی هستند. اگر نگاهی به طراحی گرافیک ژاپنی بیندازید خلاقیت و هنر زیادی خواهید دید که حتما الهام بخش کار های بعدی شما خواهند بود.

[سفارش چاپ و بسته بندی](#)

