

بخش اول
تاریخچه، تعاریف و
کاربرد عکس در گرافیک



تاریخچه کاربرد عکس در طراحی گرافیک

هدف‌های رفتاری: در پایان این درس، از هنرجو انتظار می‌رود که:

- ۱- نقش هنرمندان دادائست در روش فتومونتاژ را به اختصار توضیح دهد.
- ۲- تأثیر هنرمندان سورئالیست در فتومونتاژ را توضیح دهد.
- ۳- با تأثیرگذاری مدرسه باهائوس در عکاسی هنری آشنا شود.
- ۴- نقش عکاسی در تولید آثار گرافیکی به‌ویژه در زمینه نشریات و تبلیغات را پس از جنگ جهانی دوم توضیح دهد.
- ۵- تجربیات انتزاعی (آبستره) از عکاسی را بشناسد.

تاریخچه کاربرد عکس در طراحی گرافیک

نخستین نمونه‌های برجسته عکاسی هنری به شیوه دستکاری شده را می‌توان در تلاش‌های آگاهانه‌ای که توسط اُسکار جی ریلندر^۱ از سال‌های میانی قرن نوزدهم انجام شد، مشاهده کرد. در این دوره از تاریخ عکاسی، کارهایی به‌صورت فتومونتاژ^۲ و چاپ‌های ترکیبی انجام می‌گرفت. موضوع این چاپ‌های ترکیبی، تصاویری روایت‌گونه و برگرفته شده از کتاب‌های دینی، ادبیات و نقاشی بودند. این‌گونه عکس‌ها در یک دوره زمانی پنجاه ساله در عکاسی رواج بسیار گسترده‌ای داشتند.

۱- Oscar Gustave Rejlander

۲- Photomontage، شیوه‌ای در عکاسی برای ایجاد اثری خاص که از بریدن و چسباندن چندین عکس جداگانه به‌دست می‌آید.

نقاشان دادائست^۱، عکاسی را روشی برای تصویر کردن اشیاء و آفرینش معناهای جدید دانستند و همزمان با پیشرفت تکنولوژی عکاسی، با توجه به طرح خاصی که در نظر داشتند، توسط روش‌های مونتاز، عکس را به شکل‌های گوناگون تغییر دادند. (شکل ۱-۱)



شکل ۱-۱

در دهه بیست، دادائست‌های برلین، دریافتند که تصاویر عکاسی نیز قابل دستکاری است. آنها دریافتند که ترکیب دو یا چند تصویر عکاسی، هنگامی که اندازه و جای آنها تغییر داده شود، می‌تواند واقعیت جدیدی بیافریند. این شیوه ترکیب تصاویر عکاسی، موسوم به فتومونتاز، به ابزار اصلی طراحی گرافیک معاصر تبدیل شد.

از سال‌های دهه بیست به بعد و پس از فشارهای برآمده از جنگ جهانی اول، فتومونتاز و فتوکلاژ نقش بسیار مهمی را در بیان افکار و اندیشه جنبش‌های اعتراضی در هنر عهده‌دار شد و بازتاب آن در نشریات آن دوران بسیار چشمگیر بود. گروهی از هنرمندان که تحت تأثیر پیامدهای جنگ جهانی در آلمان فعالیت می‌کردند، موضوع کارهای خود را با روش فتومونتاز و فتوکولاژ بیان

۱- دادا یک جنبش هنری و ادبی بود که به عنوان طغیانی در برابر سرخوردگی‌های ناشی از جنگ جهانی اول در سال ۱۹۱۵ آغاز شد و تا ۱۹۲۲ ادامه یافت.

می‌کردند. این آثار بیشتر بیان‌کننده طنزهای سیاسی و روشنگری درباره خسارات و صدمات برآمده از جنگ بودند.

آنها فتومونتاز را به‌عنوان یک شیوه هنری ارائه کردند و از روش‌هایی همچون «تکنیک به‌کارگیری عکس و نوشته»، بهره بردند و از عناصر فتوگرافیک و چاپی، بخش‌هایی از متون چاپ شده و تکه پاره‌های روزنامه، برای شکل دادن به تصاویر استفاده می‌کردند.

با آغاز جنبش سورئالیسم^۱ (فرا واقع‌گرایی) در سال ۱۹۲۴، عکاسی به روش فتومونتاز، گام‌های بزرگی را برای کامل شدن برداشت. گرایش‌های سورئالیستی در عکاسی نیز در ادامه همین سال‌ها توسط برخی از عکاسان اروپایی دنبال می‌شد. در این زمینه، تهیه عکس‌هایی با روش تصاویر ترکیبی و فتومونتاز، بیشترین کاربرد را در میان هنرمندان داشت. عکاسان در جستجوی نگاهی نو و به دنبال یافتن شیوه‌های تازه‌ای بودند تا بتوانند فضاها و ذهنی و ایده‌های خود را به تصویر درآورند. گریز از واقعیت و آفرینش آثاری بر پایه رؤیاهای شخصی، همواره از موضوعاتی است که هنرمندان سورئال به آن توجه بسیار ویژه‌ای کرده‌اند. (شکل ۱-۲)



شکل ۱-۲

۱- Surrealism، جنبشی در هنر و ادبیات بود که می‌خواست عالم رؤیا و ضمیر ناآگاه انسانی را کشف کند و از طریق هنر

تجسمی، ادبیات و سینما را به تصویر کشد.

استادان نوگرای مدرسه هنری باهاوس^۱ در آلمان، نقش تأثیرگذاری در به کارگیری عکاسی در هنر معاصر داشتند. بسیاری از شاگردان باهاوس کارهای «لازلو موهولی ناگی»^۲ را در زمینه فتومونتاژ سرمشق قرار دادند و فتومونتاژ، پیوسته از سوی آنان برای آرایش جلد کتاب‌ها و نشریات به کار گرفته می‌شد.

لازم به اشاره است که به کارگیری تصاویر در فضای مناسب ایجاد شده برای تبلیغات تجاری در مطبوعات، (البته تبلیغات مصور) تأثیرگذاری بسیار بیشتری بر مخاطب، نسبت به تبلیغاتی داشتند که در آنها فقط از نوشتار استفاده شده بود. اما در آغاز، به خاطر محدودیت‌های امکانات چاپ سری، تصاویر باید به صورت خطی، یعنی استفاده از هاشورهای موازی یا نقطه‌های نزدیک به هم یا گردش خطی با ضخامت یکنواخت برای مشخص کردن شکل اجسام، با قلم فلزی یا راییدوگراف و ابزارهای مشابه اجرا و رسامی می‌شدند. به تدریج با اختراع گراور ساز^۳، امکان استفاده از

۱- Bauhaus، مدرسه معماری و طراحی آلمانی بود که بر معماری، طراحی صنعتی و گرافیک تأثیر عظیمی بر جای گذاشت. این مدرسه را والتر گروپیوس، معمار آلمانی، در سال ۱۹۱۹ بنا نهاد.

۲- Laszlo Moholy- Nagy

۳- گراور به صفحه‌ای از مس یا روی گفته می‌شود که با استفاده از عکس برداری و محلول‌های شیمیایی خاص تهیه شده و موضوع عکس، به صورت بسیار نازک یا نقاط بسیار کوچک به صورت برجسته بر آن نقش بسته است و با اختراع آن در چاپ‌هایی که با حروف سری صورت می‌پذیرفت، (چاپ برجسته یا لترپرس)، امکان استفاده از عکس (Photography) در مجاورت حروف سری فراهم آمد. (شکل ۱-۳)



شکل ۱-۳ الف - ارائه عکس‌ها در چاپ افست پس از تکامل فن آوری



شکل ۱-۳ ب - طرح خطی در تبلیغ مطبوعاتی که محدودیت فنی چاپ سبب شده که از روی عکس، آن را به صورت خطی اجرا کنند.

شکل ۱-۳ ج - عکس ارائه شده در تبلیغات مطبوعاتی به صورت گراور سازی

عکس در تبلیغات مطبوعاتی فراهم شد که در آغاز، کیفیت آن چندان مناسب نبود ولی با گذشت زمان و رشد فن آوری، این کیفیت بهبود یافت.

نقش عکاسی

عکاسی، پس از جنگ جهانی دوم به عنوان یک رسانه تازه و قابل استفاده در تبلیغات مطرح شد و چگونگی دیدن را تحت تأثیر قرار داد. واقع گرایی در عکس ها با رتوش کردن و تغییراتی که با دستگاه ایر براش و حتی دست کاری بیش از حد انجام می شد، از بین می رفت. در این دوران، بسیاری از موتاژها در زمینه تبلیغات به کار گرفته شدند و موفقیت های بسیاری به دست آوردند و طراحان بسیاری برای بهره مندی از امکانات رسانه جدید، به یادگیری عکاسی و شیوه های بیان گرافیکی آن پرداختند.

چاپ مجله ماهانه سوئیسی «گرافیس» از دهه ۵۰ میلادی، که از طراحی های هندسی و تکنیک های عکاسی برای تکمیل آثار تصویری خود بهره می برد، در پیشبرد آثار گرافیک تهیه شده با عکس سهم زیادی داشت.

همچنان که وضعیت اقتصادی مردم بهتر می شد، نشریات گوناگون و جدید مود که با عکس های زیادی همراه بود، همزمان در تعدادی از کشورها به چاپ می رسید. رقابت زیاد سردبیران برای جذاب کردن نشریات خود، سبب شد تا فرصت های مناسب برای برخی عکاسان با استعداد در این زمینه فراهم شود. تیراژ بسیار زیاد این نشریات و گستره جهانی عرضه آنها سبب بالا رفتن سطح توقع مخاطبان از نشریاتی شد که تا آن زمان به طور جدی از عکس بهره نمی گرفتند.

در این زمینه همچنین باید به تأثیر زیاد تبلیغات محصولات مصرفی و تجاری در سال های پس از دو جنگ جهانی در بازارهای نیمه غربی اروپای ویرانه که به شدت به سوی مصرف گرایی کشانده شده بود اشاره کرد. فروشگاه های خالی و شهروندان نیازمند محصولات روزمره، سرتاسر اروپا را به بستری بی نظیر برای فروش محصولات آمریکایی تبدیل کرد. در این میان، آنچه سود بیشتری را نصیب شرکت های تولیدی موفق می کرد تبلیغات مناسب و تأثیرگذار بود. در طول این سال ها، عکاسی به عنوان هنری مستقل شناخته می شد. اما نشریه های بسیاری در سراسر اروپا و آمریکا در زمینه های تکنیکی و همچنین به عنوان رسانه ای هنری و تبلیغاتی به آن می پرداختند.

مجله های رنگی و مصوری که با قیمت بسیار ارزان و در شمارگان بسیار بالا ارائه می شد،

همگان را به خرید محصولات، سفر و جهانگردی فرا می‌خواند. از حدود سال‌های ۱۹۴۰ میلادی عنوان مدیر هنری در نشریات، از اهمیت بسیاری برخوردار شد زیرا وظایفی چون کشف استعداد های بالقوه و به فعل درآوردن آن و همچنین تأیید و گسترش ایده‌های تبلیغاتی را بر عهده داشت.

تبلیغات چاپی موجود در مجلات و روزنامه‌ها که از دهه ۱۹۴۰ با رشدی بسیار چشمگیر روبرو بود. در دهه‌های پس از آن هم به تکامل و گسترش خود ادامه داد. در این میان، آگهی‌هایی جذاب‌تر به نظر می‌رسیدند که پرنگ و لعاب‌تر بودند.

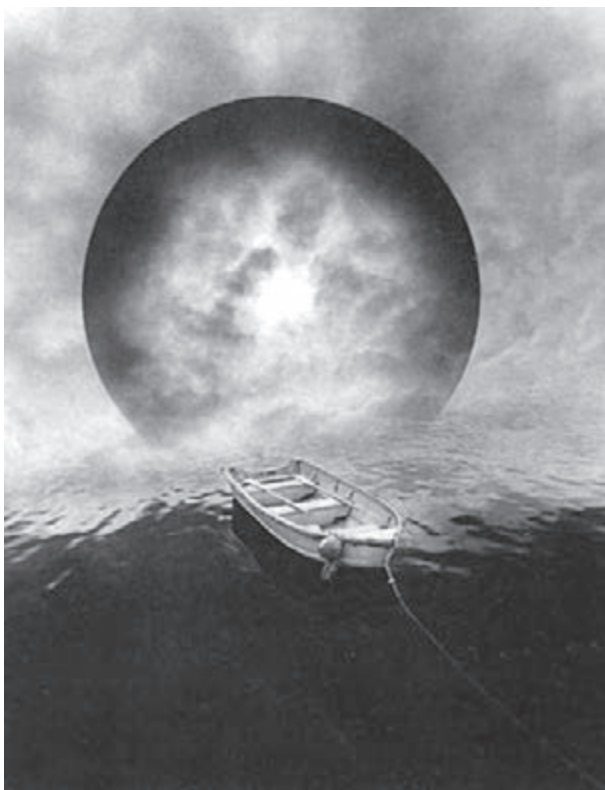
در همین سال‌ها، برخوردهای دوگانه‌ای در رویارویی با عکس در آگهی‌های تبلیغاتی آغاز شد. عده‌ای با اعتقاد کامل به شعار «اهمیت پیام» یکسره تصویر را کنار گذاشتند و شماری دیگر با این تحلیل که «تصویر خوب، بدان اندازه گویا هست که نیازی به نوشته نداشته باشد»، همه آگهی را به عکس اختصاص می‌دادند. چنین آگهی‌هایی، آغازگر روندی زیباشناسانه شدند که در جریان هنری آن روز جهان نیز رایج شده بود.

یکی دیگر از جریان‌های هنری در دهه پنجاه میلادی که از عکاسی همواره به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم برای بیان افکار هنرمندان خود بهره می‌جست، جنبش پاپ آرت^۱ بود. هنرمندان این جنبش، هر کدام به روشی ویژه دنیای مصرفی و فرهنگ جامعه خود را به تصویر می‌کشیدند. پاپ آرت از یک سو مصرف‌گرایی را به گونه‌ای خیال‌انگیز تصویر می‌کرد و از سوی دیگر با انتقاد از دنیای مصرفی، چگونگی زندگی مصرفی را از ورای تولید انبوه نمایانگر می‌ساخت.

افزون بر کارکردهای بسیار تأثیرگذار این روش‌ها در بیان اعتراض و عقاید سیاسی در سال‌های پس از دو جنگ جهانی و همچنین تبلیغ محصول و کالاها، عکاسان بسیاری نیز به دور از ارائه هر گونه موضوع سیاسی و انتقادی، با توجه به امکانات گسترده‌ای که فتومونتاز و روش‌هایی از این گونه در بیان ذهنیات و ارائه موضوعات در اختیار آنان قرار می‌داد، دست به تجربه‌های ارزشمندی در این زمینه زده و به آفرینش شیوه‌های تصویری خود با مضامینی شاعرانه و هنرمندانه پرداخته‌اند. (شکل ۱-۴)

۱- Pop Art (هنر همگانی)، یکی از جنبش‌های هنر بصری دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی که در انگلستان و آمریکا بنیان گرفت.

تصاویر و سوزده‌های پاپ آرت از فرهنگ همگانی برگرفته می‌شد.



شکل ۱-۴-الف



شکل ۱-۴-ب

شکل ۱-۴- نمونه‌ای از تصاویر فرا واقع‌گرایی شاعرانه

تجربیات عکاسی آبستره (انتزاعی)

ریشه‌های عکاسی آبستره را باید در نقاشی انتزاعی دهه اول قرن بیستم جستجو کرد. سبک کوبیسم^۱ که پیکاسو^۲ و براک^۳ در شکل‌گیری و تکامل آن نقش عمده‌ای داشتند، در میان سال‌های ۱۹۰۷ تا ۱۹۱۴ بسیار مطرح بود و نقاشی انتزاعی را ارائه داد. ستایش همگانی از ترکیب‌بندی انتزاعی آنقدر افزایش یافته بود که بسیاری از عکاسان می‌خواستند این روند را در آثار خود دنبال کنند. البته تجرید در عکاسی مطلب تازه‌ای نبود و برخی از پیشگامان عکاسی در آغاز قرن بیستم، تجربیاتی را در این زمینه با شیوه فتوگرام^۴ و برخی روش‌های دیگر به انجام رسانده بودند. اما عکاسان آرزو داشتند تا فرم‌های انتزاعی را توسط عکس‌هایی که با دوربین برداشته می‌شوند خلق کنند. چشم ورزیده به عکاس کمک می‌کرد تا بنگرد که چگونه یک ترکیب اتفاقی می‌تواند تأثیری انتزاع گونه داشته باشد. موضوعات مناظر، اغلب می‌توانستند نتایج انتزاعی ارائه کنند. (شکل ۵-۱)



شکل ۵-۱

۱- Cobism، جنبش بزرگ در نقاشی و تا حد زیادی در مجسمه‌سازی قرن بیستم است که یکی از نقاط عطف هنر غرب به شمار می‌آید. کوبیسم هدف خود را بر آن قرار داد که اجسام و احجام را بی‌آنکه از شگردهای سه‌بعدنمایی استفاده کند، بر سطحی دو بعدی به تصویر درآورد.

۲- Pablo Picasso

۳- Georges Braque

۴- Photogram، طرح و تصویری که با گذاشتن اشیای کدر، نیم شفاف یا شفاف بر روی مواد حساس عکاسی (معمولاً کاغذ عکاسی) و نور دادن و ظاهر کردن به شیوه معمول به‌دست آید، بی‌آنکه برای به‌دست آوردن چنین تصویری از دوربین عکس‌برداری استفاده شود.

ساختمان‌های جدید و مدرن هم گاهی اوقات به‌عنوان سوژه برای عکاسی انتزاعی به کار می‌رفتند. به طور مثال عکس‌هایی از اسکلت ساختمان‌ها و پل‌ها گرفته می‌شد که در آن‌ها، هر ترکیب‌بندی با افزایش کنتراست عمدی، حالتی گرافیکی به خود گرفته بود. (شکل ۱-۶)



شکل ۱-۶

در دهه پنجاه، عکاسانی که به دنبال فرم‌های انتزاعی بودند، توجه زیادی به سطوح بیرونی اشیاء گوناگون می‌کردند. عکس‌برداری از فاصله بسیار نزدیک، انتخاب نور صحیح و کنتراست، نتایج فتوگرافیکی کاملی به‌دست می‌داد و این امکان را به وجود می‌آورد تا طرح‌های خطی انتزاعی به وجود بیایند. در زمینه تجربیات انتزاعی، عکاسان روش‌های دیگری از جمله عکاسی با میکروسکوپ (میکروفتوگرافی)، (شکل ۱-۷) به‌دست آوردن شکل‌های منظم هندسی با به‌کارگیری منابع نوری چرخان و بکارگیری مواد شیمیایی عکاسی به شیوه‌های مختلف، بر روی نگاتیو و کاغذهای حساس را نیز آزمودند. (شکل ۱-۸)



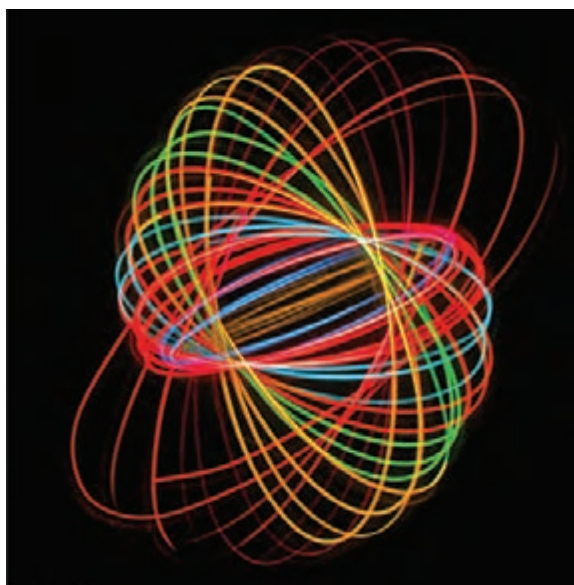
شکل ۱-۷-ج



شکل ۱-۷-الف



شکل ۱-۷-ب



شکل ۱-۸-منبع نوری چرخان



ارزشیابی نظری

- ۱- نقش هنرمندان دادائیست را در روش فتومونتاژ توضیح دهید.
- ۲- کدام ویژگی موضوعات در عکاسی به روش فتومونتاژ مورد علاقه هنرمندان سورئالیست قرار گرفت.
- ۳- از فتومونتاژ در مدرسه باهاوس برای کدام آثار گرافیکی بیشتر استفاده می شد؟
- ۴- از نکات مهم ایجاد رقابت و فرصت‌های مناسب عکاسی پس از جنگ دوم چند نمونه نام ببرید.
- ۵- چند نمونه از تجربه‌های عکاسی انتزاعی (آبستره) را نام ببرید.