

فتوگرافیسیم

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

- ۱- مفهوم فتوگرافیسیم را توضیح دهد.
- ۲- با نقش مدرسه باهاوس در گسترش فتوگرافیسیم آشنا شود.
- ۳- با هنرمندان تأثیرگذار در فتوگرافیسیم آشنا شود.

فتوگرافیسیم^۱

فتوگرافیسیم به مجموعه‌ای از روش‌های گرافیکی و هدف‌مند کردن تصاویر عکاسی گفته می‌شود که کاربردهای گسترده‌ای در آثار گوناگون گرافیک دارد. این رویکرد در هنر گرافیک را می‌توان گونه‌ای گرافیک عکس محور که عکس، در جذابیت و انتقال پیام اثر نقشی محوری و بنیادین دارد برشمرد.

سرآغاز پیدایی فتوگرافیسیم به شیوه‌های معمول امروزی را می‌توان در تلاش برخی هنرمندان در سال‌های نخست سده بیستم میلادی و کشف امکانات تکنیکی دگرگون‌سازی تصویر که عکاسی در اختیار آنان قرار می‌داد جستجو کرد. همانطور که در فصل ۱ اشاره شد، مدرسان مدرسه هنری

^۱-Photographism

باهوس در آلمان، هنرمندان معترض به جنگ در فاصله دو جنگ جهانی و عکاسان تبلیغاتی، مُد و طراحان پیشرو گرافیک، بیشترین تأثیر را در کشف و گسترش امکانات مربوط به این پدیده بر عهده داشته‌اند.

در دهه ۱۹۳۰، طراحان گرافیک که بیشتر بر پایه تصویرگری و نقاشی به تولید آثار خود می‌پرداختند، اندک اندک از این روش فاصله گرفته و با کمک تجربه‌های با ارزش در مدرسه هنری باهوس، نگاه آنان به فرم‌های بصری ساده و آستره برای انتقال معنا و مفهوم‌های گوناگون در آثارشان معطوف شد.

امکانات جدید و برخی تکنیک‌های خلاقانه عکاسی توسط پیکابیا^۱، من‌ری^۲ و لازلو موهولی‌ناگی و دیگران ابداع شد. امکاناتی از جمله؛ فتوگرام، فتومونتاز، فتوکولاژ، ترکیب یا روی هم انداختن تصاویر، تصاویر سیلوئت یا سایه‌نما، تصاویر کنتراست زیاد، سولاریزه کردن^۳، پوستری کردن^۴ و دیگر تکنیک‌های تاریک‌خانه‌ای که شماری از آنها در قرن نوزدهم کشف شده بود و مدرسان و تجربه‌گران باهوس برخی از آنها را برای بیان مفاهیم جدید در آثار خود به کار گرفتند.

سادگی فرم و قابلیت‌های بیانی این شیوه‌ها، با امکانات بالقوه هنر گرافیک تطابق یافت و در میانه سال‌های جنگ جهانی دوم و پس از آن، این تکنیک‌های عکاسی به عنوان شیوه‌هایی برای ایجاد یک اثر گرافیک شناخته شدند. موهولی‌ناگی، طی پژوهش و تجربه‌های مربوط به چاپ حروف، از طریق چاپ نسخه نگاتیو و روی هم نهادن تصاویر به نتایج جالبی دست یافت که می‌توان آنها را «تجربه‌های آستره» نامید.

این تجربیات بعدها توسط عکاسان بزرگ دیگری نیز در زمینه‌های گوناگون عکاسی از مناظر شهری، ساختمان‌ها و ابزار و وسایل صنعتی برای تبدیل عکس‌ها به فرم‌های انتزاعی به کار گرفته شد. تجربه‌های عکاسی آستره به چند گونه اصلی قابل دسته‌بندی و بررسی است که در فصل چهارم «روش‌های تبدیل عکس به فرم» درباره آنها گفتگو خواهد شد.

در دهه ۱۹۵۰ گسترش صنعت و تولید در دوران پس از جنگ، سبب رفاه نسبی و همگانی جامعه مصرفی در کشورهای غربی شد. اندک اندک به کارگیری عکس‌های تبلیغاتی در آگهی‌های

۱-F. Picabia

۲-Man Ray

۳-Solarization

۴-Posterization

تجاری رواج یافت و متأثر از شوخ طبعی هنر پاپ آرت در دو دهه ۵۰ و ۶۰ میلادی، آگهی‌های تجاری از شکل‌های گوناگون مونتاژ یا کولاژ عکس، بسیار سود بردند. این نکته را نیز نباید نادیده گرفت که در این سال‌ها، پیشرفت‌های مربوط به فن چاپ؛ امکان چاپ عکس‌های رنگی با کیفیت خوب را در نشریات فراهم کرده بود و آگهی‌های تجاری بسیاری در نشریات، با تکیه بر محوریت عکس‌های رنگی منتشر می‌شد. با این که بیشتر تکنیک‌های به کار گرفته شده در این آگهی‌ها، امروز بسیار کهنه و پیش پا افتاده به نظر می‌رسند، اما دهه ۱۹۵۰ به دلیل رواج گسترده روش‌های تاریک‌خانه‌ای، شناخت ارزش‌های تبلیغاتی و مهم‌تر از آن، کشف قابلیت‌های ذهنی عکاسی برای القای معنا یا پیام، دهه‌ای مهم برای کاربرد عکس در گرافیک به‌شمار می‌رود. که البته این موفقیت کاربرد عکس در تبلیغات، در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی فزونی یافت.

در این دوران؛ چنانکه پیشتر نیز گفته شد، باید بر نقش مهم نشریات پُر شمارگانی که برخی از آنها گستره توزیع بین‌المللی نیز داشتند، در به کارگیری گسترده از عکس و توسعه بینش عکس محور در میان خوانندگان خود تأکید کرد. (شکل ۱-۲)



شکل ۱-۲- روی جلد نشریه لایف — Margaret Bourke White

از چند دهه پیش، به کارگیری روزافزون عکس در تولید محصولات گرافیک، در شمار ویژگی‌های اصلی آثار طراحان گرافیک درآمده است. تبدیل عکس‌ها به تصاویر کنتراست زیاد، تفکیک رنگ مایه‌های عکس، طراحی‌های خطی و فتومونتاز از روش‌هایی است که در آثار گرافیک سال‌های اخیر آشکارا دیده می‌شود. عکس‌ها با ویژگی یگانه خود در بازنمایی اشیاء برای بینندگان، از نخستین مواردی بودند که در تبلیغات تجاری و سپس دیگر آثار گرافیک به کار برده شدند. (شکل ۲-۲)



شکل ۲-۲- روی جلد کتاب - فرزاد ادیبی

پیشرفت‌های فناوری در زمینه به کارگیری نرم‌افزارهای رایانه‌ای در طراحی گرافیک در دو دهه گذشته، تأثیرهای بسیاری بر ارائه آثار گرافیک عکس محور گذاشته و بسیاری از اجراهای دشوار و یا ناممکنی که طراحان گرافیک در شیوه‌های پیشین، با آن روبرو بودند از میان رفته است. شیوه‌های تاریک‌خانه‌ای عکاسی به آسانی و بسیار بهتر از پیش، توسط رایانه و نرم‌افزارهای عکاسی و گرافیک قابل اجرا شده تا حدی که کاربرد عکاسی در گرافیک، حتی به طراحی نشانه،

لوگو تایپ و موارد دیگر نیز گسترش پیدا کرده است. تمامی این پیشرفت‌ها و امکانات تکنیکی در زمینه نرم افزارهای رایانه‌ای و عکاسی دیجیتال، سبب شده تا طراحان گرافیک، بدون داشتن نگرانی از دشواری‌های اجرایی، خیال‌انگیزترین رؤیاها و ایده‌های تصویری را در آثار خود اجرا کنند.



ارزشیابی نظری

۱- فتوگرافیسیم را شرح دهید.

۲- در مدرسه باهاوس، فتوگرافیسیم در کدام زمینه‌های هنری بیشتر به کار گرفته می‌شد؟

(آنها را نام ببرید.)

۳- نام سه هنرمند معروف که در گسترش شیوه فتوگرافیسیم نقش مؤثری داشتند را

بنویسید.