

گرافیک

هدف‌های رفتاری: در پایان این فصل هنرجو باید بتواند:

- گرافیک را تعریف کند.
- شاخه‌های مختلف گرافیک را نام ببرد.
- تحولات عمده گرافیک را به اختصار شرح دهد.

آشنایی با گرافیک

گرافیک چیست؟

عنوان گرافیک از واژه یونانی «GRAPHEIN» گرفته شده که به معنای حکاکی، نگاشتن، طراحی و رسامی است. امروزه این عنوان در قیاس با طراحی مواد چاپی (تصاویر، نقوش و نوشته‌ها) معنای جدیدی یافته است. به دیگر سخن، گرافیک پیوندی ناگسستنی با امر تکثیر دارد.

گرافیک از جمله هنرهایی است که با سفارش رابطه مستقیم دارد. به بیان ساده‌تر، فعالیت هر طراح گرافیک هنگامی آغاز می‌شود که وی سفارشی از یکی از حوزه‌های صنعتی، فرهنگی یا اجتماعی دریافت کند؛ سپس با دانش و قدرت خلاقه خود، کار را به فرجام رساند.

طراحی گرافیک هم‌اکنون در زندگی انسان‌ها حضور محسوس و گسترده یافته است. امروزه طراحی گرافیک، در سینما و تلویزیون، نشریات، آگهی‌های تبلیغی و تجاری، علایم راهنمایی و رانندگی، بسته‌بندی کالاها، تابلوها، ویرتین فروشگاه‌ها و حتی معماری و آرایش شهرها، تزئین خانه‌ها و طراحی پارک‌ها و نظایر آن به کار می‌رود. از طرفی، بخش مهمی از محیط و اشیای پیرامون بر مبنای معیارها و الگوهای زیبایی‌شناختی گرافیک شکل می‌گیرد؛ هم‌چنین از طریق زبان گرافیک، انسان با محیط و اشیاء، نیز انسان‌های دیگر ارتباط برقرار می‌سازد.

گرافیک هنری است که مرزها را درنور دیده از زبانی بین‌المللی و غالباً ثابت و یکسان بهره‌مند است. در مجموع، گرافیک، هنری جدی و درخور تأمل است، به گونه‌ای که هر ملیتی برای معرفی و بیان فرهنگ خود ناگزیر باید بدان توجه و اهتمام نماید.

آشنایی با تحولات عمده گرافیک

گرافیک به معنای امروزی حدود صد سال سابقه دارد، اما پیشینه آن را بدون توجه به تعاریف امروزی در دوران گذشته نیز می‌توان جست و جو کرد.

برای مثال، طراحی پوستر^۱ شاید پیشینه‌ای طولانی نداشته باشد. اما تصویرسازی کتاب سابقه‌ای دیرین دارد. با این همه، تحولات عمده این هنر را در طول تاریخ می‌توان به سه دوره کلی تقسیم کرد:

- ۱- از آغاز تا اختراع ماشین چاپ (قرن پانزدهم میلادی)،
- ۲- پس از اختراع ماشین چاپ تا انقلاب صنعتی در اروپا (قرن نوزدهم میلادی)،
- ۳- پس از انقلاب صنعتی تا عصر حاضر.

دوره اول (از آغاز تا اختراع ماشین چاپ): خطوط تصویری **هیروگلیف** از اولین دستاوردهای گرافیکی بشر بوده است (تصویر ۱)، اما به طور کلی بسیاری از نقوشی که در گذر زمان به دست صنعتگران، معماران و دیگران پدید آمده‌اند آثاری هستند که ویژگی‌های گرافیک در آنها به روشنی مشهود بوده و می‌توان آنها را جزیی از این هنر به‌شمار آورد (تصویر ۲). در نتیجه، در طراحی تزئینات در معماری‌های تاریخی، به نوعی ویژگی‌های گرافیک نیز مشاهده می‌شود. بسیاری از طراحان معاصر گرافیک از این نقوش در آثار خود بهره گرفته‌اند (تصویر ۳).



تصویر ۱



تصویر ۲



تصویر ۳

طراحی پرچم یکی دیگر از نمونه‌های گرافیکی دوره اول است که همواره به گونه سمبل یک ملت یا یک قبیله در طول تاریخ بشری نمودی بارز داشته است (تصویر ۴).



تصویر ۴- نمونه‌ای از طرح پرچم

حضور گرافیک در عرصه کتاب‌آرایی نیز به دلیل اهمیت و ارزش ویژه آن، بسیار چشم‌گیر و پویا بوده است. بسیاری از کتاب‌های علمی، ادبی، مذهبی و مانند آن در طول زمان با ذوق و هنر، هنرمندان تصویرساز، مُذهّب، صفحه‌آرا، صحّاف و نقّاش روی جلد با زیبایی و رنگ و لعاب خاص عرضه می‌شدند، شایسته‌ترین مثال در این باره، مینیاتورهای ایرانی است که برای کتاب‌هایی هم‌چون شاهنامه فردوسی، کلیله و دمنه و دیوان حافظ به تصویر درآمده‌اند (تصویر ۵). از نمونه‌های کهن تصویرسازی متن می‌توان به کتاب ارژنگ اثر مانی (حدود ۲۱۵-۲۷۵ م) متفکر و مصلح ایرانی اشاره کرد (تصویر ۶).



تصویر ۶- نمونه‌ای از تصویر کتاب مانویان



تصویر ۷

دوره دوم (پس از اختراع ماشین چاپ تا انقلاب صنعتی در اروپا) :

با اختراع ماشین چاپ در اواسط قرن پانزدهم میلادی گرافیک معنایی وسیع‌تر یافت. گوتمبرگ با اختراع دستگاه چاپ که در آن از حروف متحرک استفاده می‌شد جهان را وارد عرصه جدیدی از هنر گرافیک کرد (تصویر ۷). او با طراحی حروف لاتین و چاپ انجیل، نخستین اثر گرافیکی جدید را پدید آورد. اهمیت و ارزش این وسیله در آن بود که دیگر تکثیر کتاب نیاز به شیوه‌های پرهزینه و پرزحمت دست‌نویس نداشت. بدین ترتیب، این امکان فراهم آمد تا کتاب‌ها در نسخه‌های متعدد و با قیمت نسبتاً ارزان به چاپ برسند. این صنعت پیامدهای بسیار سودمندی در امر ارتباط و رشد علم داشت. از این زمان به بعد، سواد و سوادآموزی از انحصار عده‌ای خاص خارج شد و عملاً هر کسی می‌توانست از سواد و علوم، با استفاده از کتاب، بهره‌مند

شود و به عبارتی، فکر و اندیشه از انحصار اقلیت ممتاز جامعه خارج شد. کتاب‌هایی که با ماشین اختراعی گوتنبرگ تکثیر می‌شد به شیوه ابتدایی و فاقد تصویر بودند، اما دیری نپایید که روش‌های تلفیقی یعنی چاپ چوبی که در قرون گذشته نیز رواج داشت (تصویر ۸) در کنار صفحات چاپی قرار گرفت. با این همه، توسعه و تکامل امکانات ماشین چاپ به زمان بیش‌تر، یعنی حدود ۵۰۰ سال، نیاز داشت و به همین دلیل است که بسیاری از روش‌های دوره اول نیز در این مقطع ادامه پیدا کرد.



ist/wirt er euch verkundigen/der selb mirt mich preßsen,
denn von dem meßnem wirt ers nehmen/und euch ver
kundigen/Alles wi der oater hat das ist meßn/darumb
hab ichs gesagt/er mirt ts von dem meßnem nehmen
und euch verkundigen. Ueber ein kleynes/szo werdet

تصویر ۸

دوره سوم (پس از انقلاب صنعتی تا عصر حاضر): گرافیک به شکلی که امروزه می‌شناسیم از زمان انقلاب صنعتی در اروپا، یعنی قرن نوزدهم میلادی به وجود آمد. در این زمان، با پیشرفت فنون چاپ و کاغذسازی و امکان استفاده از نقوش تزیینی و تصاویر بدیع، به همراه متن نوشته شده، فصلی نو در هنر گرافیک پدیدار شد. از طرفی رشد روزافزون صنعت، جهان را با حجم بالایی از تولیدات گوناگون روبه‌رو کرده بود. بدیهی است که در چنین وضعیتی، رقابت تنگاتنگ برای فروش بیش‌تر در بین تولیدکنندگان محصولات ایجاد شود و امر تبلیغ به مثابه ضرورتی انکارناپذیر، بیش از پیش خود را نمایان سازد.

طراحی حروف، طراحی پوستر، بسته‌بندی، سربرگ، کتاب و مانند آن، مجموعه‌آثاری بودند که رفته رفته شکل تازه و صحیح خود را می‌یافتند و به هنر گرافیک معنا و مفهوم جدید می‌بخشیدند. هنرمندان در این زمان (اواخر قرن نوزدهم) با برگزاری نمایشگاه‌هایی از آثار خود این هنر را به مردم معرفی کردند. راه یافتن تعدادی از این آثار به موزه‌های معتبر موقعیت گرافیک را به منزله هنری ناب تثبیت کرد. دو هنرمند معروف که در این باره دست به تجربه‌های ارزشمندی زدند، «تولوز لوترک»، نقاش و طراح فرانسوی، و «ویلیام موریس»، طراح و صنعت‌گر انگلیسی بودند (تصویر ۹).



تصویر ۹- طراحی پوستر، اثر تولوز لوترک

با اختراع و توسعه تکنولوژی رایانه، در نیمه دوم قرن بیستم هنر گرافیک با امکاناتی جدید با کارکردهایی وسیع تر پا به عرصه گذاشت و بدین ترتیب، طی مدتی کوتاه به رشدی روزافزون دست یافت. برای نمونه پیش از این به نوع طراحی و اشکال مختلف حروف و تنوع آن توجه زیادی نمی شد. هم اینک بنابه نیاز رایانه ها و گوناگونی برنامه های آن، طراحی حروف، جایگاهی ویژه یافته است و در قالب پوینت ها و قلم های متفاوت نمودار شده است.

مصرف گرایی مضاعف، افزایش جمعیت شهری، تعدد رسانه های جمعی، رشد و تنوع کالاهای تولیدی، رقابت در حفظ و توسعه سرمایه و مانند آن، از عوامل اصلی رشد هنر گرافیک در دهه های اخیر بوده است؛ به گونه ای که هر روز شکل و ایده هایی جدید از این هنر در گوشه و کنار جهان نمود پیدا می کند.

طراحی گرافیک به شیوه مدرن در ایران از حدود سال های ۱۳۴۰ شمسی شکل گرفت. این حرکت اغلب مرهون کوشش های «مرتضی ممیز» و «صادق بریرانی» بود (تصویر ۱۰).

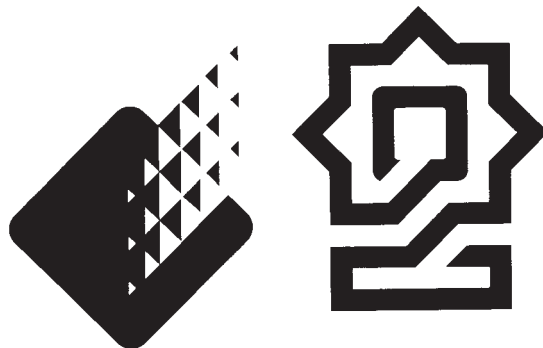


تصویر ۱۰

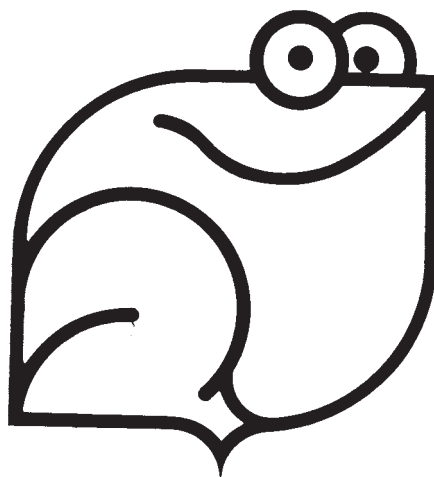
آشنایی با بخش‌ها و گرایش‌های مختلف گرافیک

طراحی نشانه (آرم): بسیاری از عناصر هنرهای تجسمی در طراحی نشانه نسبت به سایر نمونه‌ها، نظیر پوستر یا بسته‌بندی، کاربرد کم‌تری دارد، اما در طراحی نشانه، طراح باید اهداف، ویژگی‌ها، خدمات و نوع فعالیت، سفارش‌دهنده یا مؤسسه متقاضی را در یک طرح ساده، گویا، غالباً تک‌رنگ، و قابل اجرا با مواد گوناگون (نظیر چوب، فلز، نئون و...) در نظر بگیرد. به‌طور کلی از خصوصیات اصلی طراحی نشانه می‌توان به سادگی، ایجاز، رسایی بیان و مانند آن اشاره کرد.

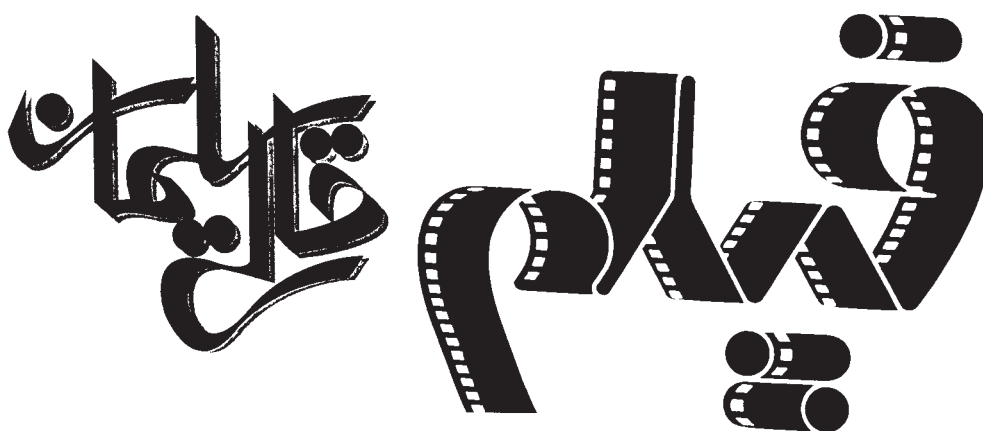
«نشانه» به دو دسته کلی «تصویری» (فیگوراتیو «تصویر ۱۱» یا انتزاعی «تصویر ۱۲») و «نوشتاری» (تک‌حروفی یا نشانه‌نویسه «تصویر ۱۳») تقسیم می‌شود.



تصویر ۱۱



تصویر ۱۲



تصویر ۱۳

بسته بندی: یکی از تمهیدات مؤثر برای جلب توجه خریداران کالا، دقت و زیباسازی در بسته بندی محصول است. در طراحی بسته بندی، علاوه بر توجه به زیبایی شناسی گرافیک، به مسایل گسترده ای نظیر روان شناسی اجتماعی، بازار مصرف کالا، سهولت مصرف و نظایر آن باید توجه شود تا نتیجه صحیح و مؤثر آن به دست آید. موفقیت طراح گرافیک که در زمینه بسته بندی فعالیت می کند، مرهون به کارگیری این نکات است:

۱- رنگ (مؤثرترین عامل)

۲- شکل (به گونه های متفاوت دوبعدی، مانند برچسب روی کالا و یا سه بعدی مانند جعبه و محل قرارگیری کالا)

۳- طراحی نوشتار روی محصول

۴- رعایت وضعیت حمل و نقل و نگه داری

۵- خلاقیت و نوآوری (تصویر ۱۴ الف و ب).

تقویم: طراحی تقویم یکی دیگر از گرایش های هنر گرافیک است که معمولاً به سه صورت طراحی و چاپ می شود: ۱- تقویم سررسید، ۲- تقویم رومیزی، ۳- تقویم دیواری. (این نوع تقویم ممکن است به صورت برگ های روزانه، هفتگی، ماهیانه یا سالیانه تدوین شوند).

تصویر ۱۴-الف



تصویر ۱۴-ب

آنچه در طراحی تقویم باید در نظر داشت این است که، تقویم‌ها معمولاً برای یک سال کامل طراحی می‌شوند و بعضاً به صورت روزانه کاربرد دارند؛ از این رو، باید از جذابیت و زیبایی خاصی برخوردار باشند تا در مدت ۱۲ ماه هیچ‌گاه احساس کهنگی و تکرار در آن راه نیابد. رنگ‌های زنده، شکل‌های پویا، خلاقیت و نوآوری، توجه به مسائل فرهنگی و هویت ملی و خلاصه هر آن‌چه یک اثر گرافیکی ناب نیاز دارد، باید در طراحی تقویم منظور گردد (تصویر ۱۵).



تصویر ۱۵

گرافیک محیطی: کلیه فعالیت‌های گرافیکی که در خدمت

فضاها و محیط‌های داخلی و خارجی انجام پذیرد، «گرافیک محیطی» نامیده می‌شود. اهمیت و توجه به فضاها و شهرهای و مکان‌های خاص از دیرباز وجود داشته است، اما از نیمه دوم قرن بیستم با گسترش فضای شهری، افزایش جمعیت و رشد ارتباطات، هم‌چنین با کشف تأثیر محیط‌های شهری بر روحیه شهروندان این مسئله اهمیت بیش‌تری پیدا کرد. جایگاه‌های تبلیغاتی، بدنه اتوبوس‌های شهری، علائم راهنمایی و رانندگی و نظایر آن همگی در مجموعه گرافیک محیطی جای می‌گیرند (تصویر ۱۶).



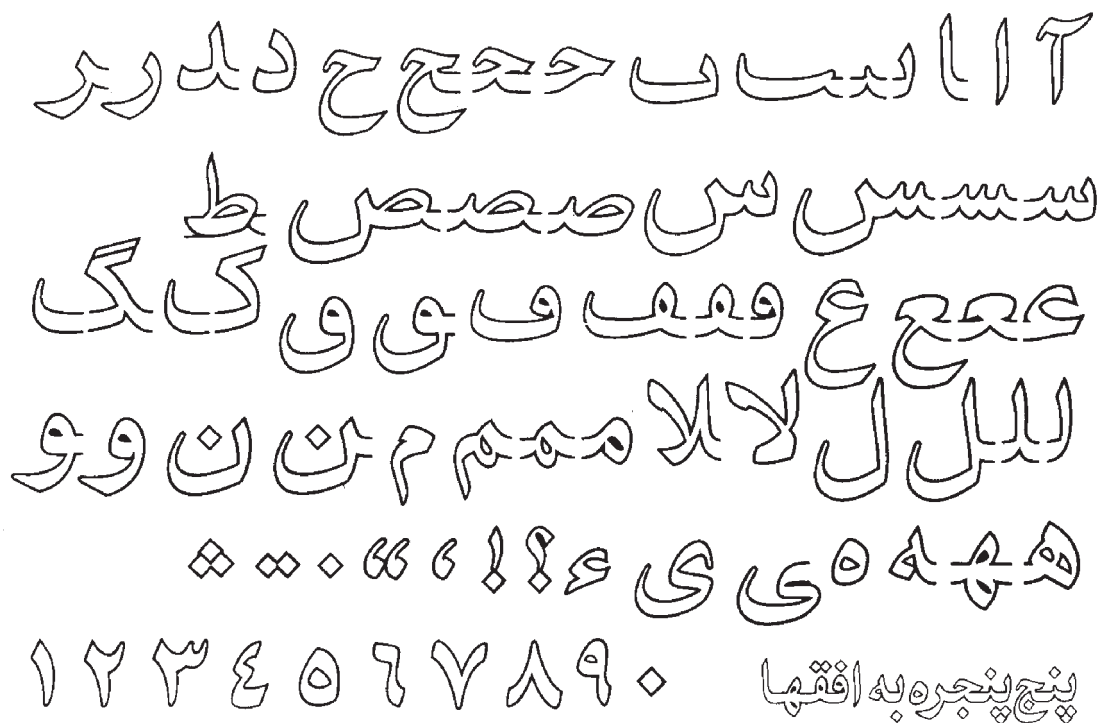
تصویر ۱۶



تصویر ۱۷

طراحی حروف: طراحی حروف، هنر انتقال مفاهیم از طریق حروف و ترکیب‌های متنوع آن است. این تخصص نه تنها در نوشتار، بلکه با نمونه‌هایی نظیر طراحی پوستر، بسته‌بندی و نشانه نیز ارتباط مستقیم دارد. برای طراحی حروف به توجه و دقت بسیار نیاز است، زیرا این نوع طراحی باید برای یک «خانواده حروف» انجام پذیرد که معمولاً با روابط ریاضی گونه توأم است و کم‌ترین بی‌دقتی در طراحی آن، شکل تصویری مجموعه را به هم می‌ریزد (تصویر ۱۸).

پوستر: پوستر یکی از راه‌های مهم و رایج اطلاع‌رسانی در روزگار ماست که به‌طور کلی حیطة عملکرد آن در سه بخش است: ۱- پوسترهای تجاری (فروش محصولات، توسعه بخشی محصولات و...).



تصویر ۱۸

۲- پوسترهای فرهنگی (نمایش فیلم، مسابقات ورزشی کتب و نشریات و...).
 ۳- پوسترهای اجتماعی (انتخابات، پیش‌گیری از بیماری‌های واگیر و...).
 آنچه در طراحی پوستر، مهم تلقی می‌شود، پیام‌دهی سریع است. به عبارت ساده‌تر، طراح پوستر با در نظر داشتن این نکته که نظاره‌کنندگان کار او، معمولاً در حال تردد و گذر هستند باید اثری را خلق کند که در کوتاه‌ترین زمان و در کمال فصاحت بیان، پیام خود را انتقال دهد (تصویر ۱۹).



تصویر ۱۹

تصویرگری: هدف از تصویرگری، راهنمایی خوانندگان کتاب، مجلات و... به درک مطالبی است که فهم یا تجسم آن از طریق نوشته‌ها، به تنهایی دشوار می‌نماید.

شکل تصویرگری الزاماً با رده‌های سنی مخاطب تناسب دارد. هنرمند تصویرگر به دلیل ارتباط بسیار نزدیک و حساس با مخاطبانی که غالباً مقاطع گروه سنی کودک و نوجوان هستند، حامل رسالتی بزرگ و حساس است که ارایه آن باید با دقت نظر و کمال هنر همراه باشد (تصویر ۲۰ الف و ب)



تصویر ۲۰- الف



تصویر ۲۰- ب

اولین گام در صفحه آرایی، رسامی و تهیه «گرید» یا به اصطلاح «پایه کار» است که به وسیله آن، طراح امکان می یابد تمامی صفحات را اعم از تصویر و متن به صورتی یک نواخت و هماهنگ در یک مجموعه قرار دهد (تصویر ۲۲).

