

بخش اول

کتاب

فصل اول: آشنایی با مفهوم «دیزاین» در گرافیک

هدف‌های رفتاری

در پایان این مقدمه، از فراگیر انتظار می‌رود:

- ۱- دیزاین در گرافیک را تعریف کند.
- ۲- از مفهوم دیزاین در زندگی روزمره چند مثال بزند.
- ۳- حضور دیزاین را در زمینه‌های غیر از گرافیک تشخیص دهد.
- ۴- هویت در دیزاین را بشناسد.

همان گونه که در پیشگفتار اشاره شد، واژه «دیزاین» به زبان فارسی «طراحی» ترجمه شده و به کار می‌رود. در صورتی که دیزاین مفهوم متفاوت و وسیع‌تری دارد و به معنی ساختار دادن و سازمان دادن و سامان دادن عناصر بصری در یک اثر گرافیک است. غیر از تعریف ارائه شده برای دیزاین در پیشگفتار، این مفهوم را به گونه‌های دیگری نیز می‌توان تعریف کرد:

«برنامه ریزی برای رسیدن به بهترین راه ارتباط بصری با مخاطب» یا «دیزاین، فرایندی است که در آن یک فرم زیبا شناسانه سنجیده، به چیزی بخشیده می‌شود»^۱ و یا «معنی و یا منظوری را با در نظر گرفتن امکانات، با درک اولویت اجزاء آن با کمک عقل، منطق و خلاقیت برای درک و یا مصرف مخاطب و یا گروهی خاص سازمان دهی کردن و سامان دادن»^۲.

دیزاین، یک فرایند خلاقه است که همه به نوعی با آن ارتباط دارند: وقتی شخصی اطاق خود را منظم می‌کند و هر یک از اشیاء و وسایل درون اطاق را در محل ویژه‌ای قرار

1- Healey, Mathew; What is Branding? Rotovision, SA, 2008, P.2008

۲- مثقالی، فرشید؛ دیزاین؛ نشریه حرفه هنرمند، شماره ۱۹، تهران: بهار ۱۳۸۶؛ ص ۲.



دیزاین در نشریات

می‌دهد، یک «دیزاینر» یعنی فاعل فرایند دیزاین است.

زمانی که فردی برای بیرون رفتن از خانه، بر مبنای جایی که می‌خواهد برود، انتخاب لباس می‌کند، این یک فرایند دیزاین است؛ برای خرید از نزدیکی منزل، لباس ساده‌تری احتمالاً می‌پوشد و کمتر به شیک بودن و ترکیب رنگ‌ها اهمیت می‌دهد و برای یک مهمانی رسمی، خود را مناسب فضای آن می‌آراید.

هنگامی که میز یا سفره غذا چیده می‌شود و هر ظرف و بشقاب و لیوان را در جایی قرار می‌دهند، این یک دیزاین است و می‌توان گفت که امروزه دیزاین از هر موضوع دیگری که به طور مستقیم با خلاقیت انسان مرتبط است، کاربرد وسیع‌تری دارد و با هر نوع محصول ساخته بشر، به نوعی فرایند دیزاین دخالت داده می‌شود.

اکنون اصطلاحاتی مانند «دیزاین شهری»^۱، «دیزاین معماری»^۲، «دیزاین تزیینات داخلی»^۳، «دیزاین مد»^۴، «دیزاین صنعتی»^۵، «دیزاین منسوجات»^۶، در کنار مفهومی که از دیزاین در گرافیک وجود دارد^۷، به کار می‌روند که هسته اصلی مفهوم دیزاین در آنها وجود دارد.

دیزاین در مرحله نخست، موضوعی ساده به نظر می‌رسد؛ ولی در واقع مفهومی پیچیده است. فرایندی که با بررسی مواد و اطلاعات اولیه و دسته‌بندی آنها و موارد مصرف و در نظر گرفتن مخاطبان شروع شده و با اختلاط عقل و منطق و خلاقیت، سعی به انجام رسانیدن هدف و مقصود دارد.

دیزاین، برای راحتی ارتباط، سهولت استفاده از وسایل و بهینه کردن کارایی، ایجاد شخصیت و هویت ویژه و تسهیل در روابط انسانی به کار می‌رود.

دیزاین، فرایندی است که ارتباط بصری را در جامعه سامان می‌بخشد و به توانایی و کارآیی برقراری ارتباط، فناوری به کاررفته برای تحقق آن، و تأثیر اجتماعی که رقم می‌زند، مربوط است. روند تصمیم‌گیری در دیزاین، بین بررسی داده‌های عینی و



دیزاین در نشریات

- 1 - Urban Design
- 2 - Architecture Design
- 3 - Interior Design
- 4 - Fashion Design
- 5 - Industrial Design
- 6 - Textile Design
- 7 - Graphic Design

جهش‌های شهودی در نوسان است.

یعنی یک طراح گرافیک علاوه بر جنبه‌های صرفاً احساسی، منطق لازم برای اثر گرافیک نسبت به هدف و کارایی آن را در نظر می‌گیرد، ویژگی‌های مخاطب اثر را در ذهنش لحاظ می‌کند و با تجربه و تسلطی که بر قوانین زبان بصری دارد، دیزاین مناسب را ارائه می‌دهد.

► دیزاین در دو صفحه‌ی مقابل هم
مجله



هویت در دیزاین:

اگر فردی دارای اندیشه، تفکر، اطلاعات وسیع و آشنا با فرهنگ و تاریخ خود و رفتار اجتماعی انسانی مطابق با آن باشد، هویت انسانی و اجتماعی دارد و حضور این پدیده‌ها یا ویژگی‌ها در جوامع در سطوح متفاوت اقشار مردم قابل تشخیص و تمایز است و سازنده جامعه‌ای با هویت ملی و مردمی و احترام برانگیز؛ اما رسوخ این پدیده‌ها یا ویژگی‌ها در هنر هر مرز و بومی، جای تأمل و موشکافی بیشتری دارد.

در هر کشور، هنرمندانی صادق، اصیل و دارای دانش و مهارت و تجربه و معتقد به فرهنگ و تمدن سرزمینی که در آن زاده شده و رشد جسمی و فکری کرده‌اند، وجود دارند. این هنرمندان، شیفتگی و حساسیت صادقانه‌ای در بیان هنری خود دارند و می‌دانند که خود سازنده تمدن و فرهنگ سرزمین خود هستند و این نگرش در آثار آنها جاری می‌شود.

بدیهی است که اگر این هنرمندان از ابزار بیانی گرافیک استفاده کنند و آثاری را در

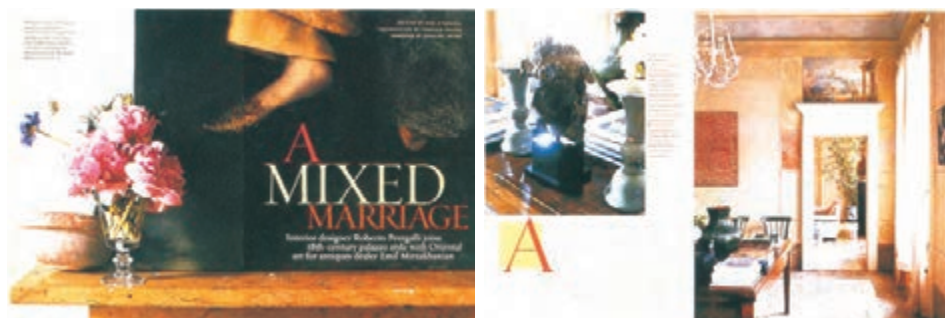
زمینه‌های مختلف گرافیک به وجود آورند، در ادامه تفکر، حساسیت‌ها و نگاهشان است. در روند این گونه تولیدات، گرافیک جدا از ارزش‌های رسانه‌ای به محل تجلی روحیه و نگاه هنرمند هر سرزمین تبدیل می‌گردد و حتی بعد از پایان تاریخ مصرف اثر گرافیک، به عنوان یک اثر مستقل، بیانگر هویت، شخصیت فرهنگی و هنری آن سرزمین خواهد بود. گرافیک به عنوان یک ابزار رسانه‌ای در هر اقلیم و مرزو بومی باید توانایی ارتباط با مردم خود را داشته باشد و این فرایند، زمانی حاصل می‌شود که طراح نگاهی به ریشه‌های فرهنگی و تفکر بصری مردم مخاطب خود داشته باشد. مثال موفق هویت در دیزاین، کشور ژاپن است که هم از فن آوری مدرن غربی در تمام زمینه‌های زندگی روزمره و نیز گرافیک خود استفاده می‌کند و هم شخصیت و هویتی ویژه و مخصوص به خود در آثار گرافیک و به طور کلی هنرهای تجسمی دارد.

در جوامع، هر تحریف تاریخی، سیاسی یا اجتماعی و فرهنگی رخ دهد، هنرمندان راستین آن جوامع، رسالت تصفیه و نگهداری فرهنگ و اندیشه ناب تمدن خود را هوشمندانه به عهده گرفته‌اند و آن را دوباره سازی می‌کنند.

البته به این نکته ظریف باید توجه داشت که هویت، لزوماً فقط با استفاده از نقوش قرن‌های گذشته یک کشور در آثار گرافیکی حاصل نمی‌شود؛ بلکه حضور هویت در خلوص و صداقت هنرمند جاری است و از دل فرهنگ مردم می‌جوشد.

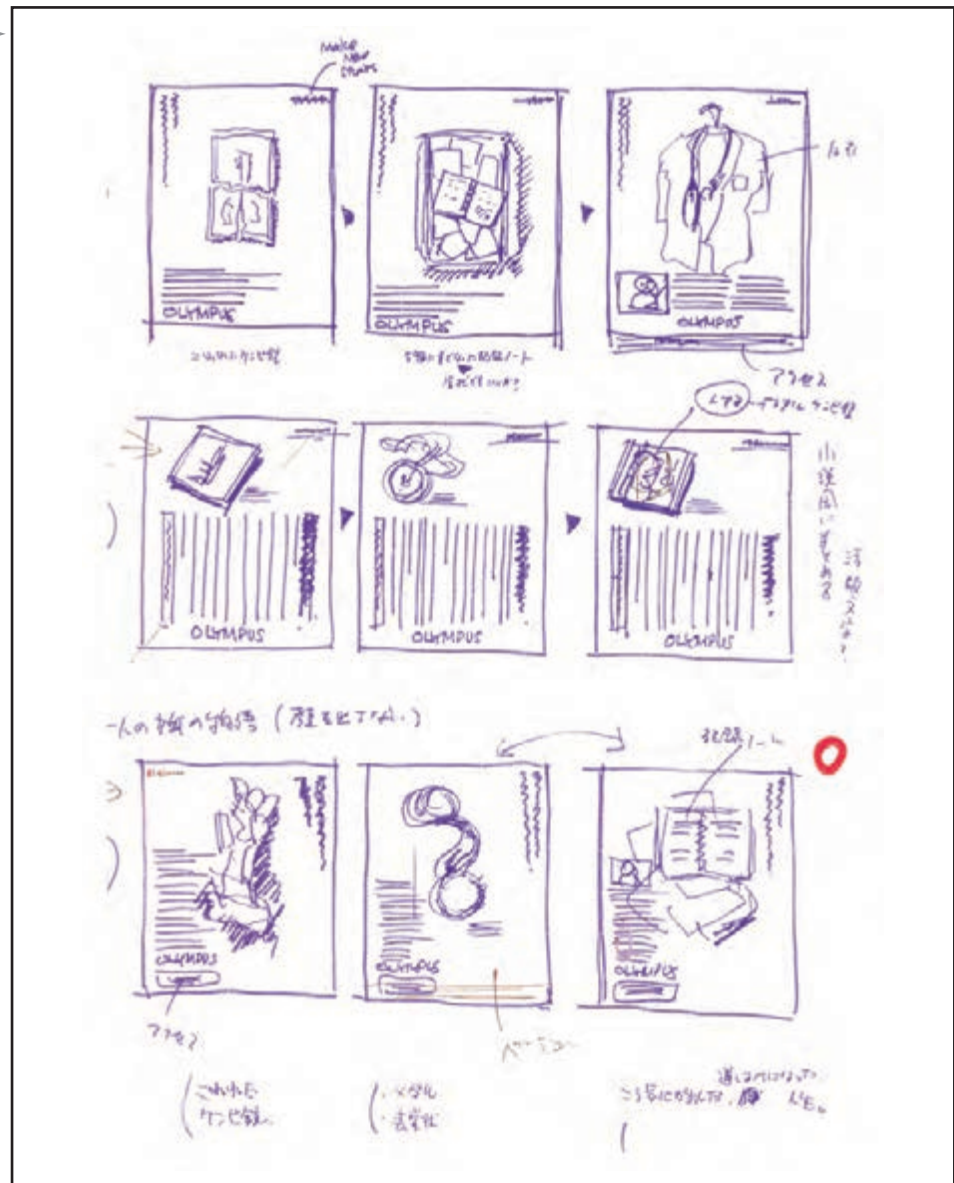
هویت در شناخت خود و تاریخ خودمان است که در روح هر اثر که زاییده طراحی حساس و صادق هنرمند است، متجلی می‌شود.

برای شناخت عمیق‌تر دیزاین (در گرافیک) و آشنایی عملی با آن، همان گونه که «پیشگفتار مؤلف» اشاره شد، آشنایی با دانش صفحه‌آرایی و تجربه عملی در زمینه‌های مختلف آن مانند صفحه‌آرایی کتاب، صفحه‌آرایی مجله، صفحه‌آرایی روزنامه، صفحه‌آرایی کاتالوگ و بروشور بسیار سودمند و مؤثر است.



دیزاین در نشریات

طرح اولیه‌ی آزاد (اسکیس) برای
دیزاین



تمرین

- (۱) کدام تعریف دیزاین، در این گفتار را کامل تر و گویاتر می‌دانید؟ برای هنرآموز محترم کلاس، توضیح دهید و نظر او را بخوانید.
- (۲) غیر از مواردی که یاد شد، دیزاین در چه زمینه‌های دیگری حضور دارد؟ توضیح دهید.
- (۳) سه اثر گرافیک ایرانی را با خود به کلاس بیاورید که طراح، موضوع هویت را در آنها به درستی رعایت کرده است. با حضور هنرآموز محترم، هنرجویان در مورد آنها بحث کنند.
- (۴) تمرین شماره‌ی ۳، با سه اثر گرافیک غیر ایرانی تکرار شود.