

شناخت هنر گرافیک 1

درس اول و دوم

مقدمه

ارتباط بصری در مفهوم گسترده آن تاریخ طولانی مدتی دارد. زمانی انسان اولیه برای یافتن غذا به شکار میرفت و جای پای حیوانی را بر روی گل می دید در واقع نوعی نشانه بصری را مشاهده می کرد. به بیان دیگر چشم ذهن وی، خود حیوان را تجسم میکرد.

اثر گرافیکی می تواند نشانه باشد، مانند حروف الفبا یک نظام نشانه ای دیگر را شکل دهد. مانند علائم جاده ای. علائم گرافیکی در کنار هم تصاویر را تشکیل می دهند. طراحی گرافیک به یک معنا حرفه ساخت یا انتخاب علائم و آرایش آنها بر یک سطح برای انتقال ایده است. نشانه، تصویر نیست. تصاویر گرافیک چیزی فراتر از تصویرپردازی و شبیه سازی چیزهایست که مشاهده یا تصویر می شوند. آنها نشانه هایی هستند که محتوای شان به آنها معنایی واحد و موقعیت و حضورشان در یک شرایط خاص میتواند به آنها مفهوم جدیدی ببخشد.

بی واسطگی و تغییر پذیری طراحی گرافیک با حیات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی فرهنگ هر دوره تاریخی پیوند دارد و روح زمان را دقیق تر از دیگر ابزارهای بیان انسانی می نمایند. اثری که طراح گرافیک تولید می کند، از جنس روح زمان است.

طراح گرافیک معاصر وارث نیاکان برجسته ای است. کاتبان سومری که خط را ابداع کردند. صنعتگران مصری که روی برگ پاپیروس کلمات و تصاویر را در هم آمیختند. باسمة کاران چینی و تذهیب کاران قرون وسطی، تصویرگران و خوشنویسان چیره دست ایرانی، چاپچیان و حروفچینان قرن پانزدهم (که نخستین کتاب های چاپی اروپایی را طراحی کردند) و اولین نقاشان پوستر ساز.

طراحی گرافیک امروزه بخشی از فرهنگ و اقتصاد کشورهای صنعتی به شمار می آید. طراحی گرافیک هنوز، به رغم رواج گونه های جدید ارتباط تصویری ناشی از نیازها و فشارهای اقتصادی و تغییرات فناوری روز، به سنت های قدیم خود وفادار است.

خاستگاه گرافیک امروز

مفهوم امروزی گرافیک پنج یا شش قرن پیش در اروپا شکل گرفت و اختراع صنعت چاپ، در انواع شکل های نخستین آن، عامل موثر این شکل گیری بود. آثار چاپ دستی هنرمندانی مانند رامبراند و آلبرشت دورر و نیز بسیاری از نقاشان گمنام دیگر نوعی گرافیک هنری به مفهوم غیرتجاری بوده است. ولی پس از آن در خدمت چاپخانه های ابتدایی اروپا قرار گرفتند. در واقع اینان نقاشانی بودند که خود را به وضع فنی دوران آغازین چاپ در اروپا تطبیق دادند و "هنرمندان گرافیکست" نام گرفتند. تاریخچه هنر گرافیک در قرن هفدهم عمدتاً مبین تاریخچه حکاکی و گراور سازی است که در ایتالیا نضج گرفت و خیلی زود به تمام اروپا سرایت کرد.

توسعه و تنوع و گستردگی آثار گرافیک پس از انقلاب صنعتی به سرعت فزونی یافت و در دوران پیش از ظهور رادیو، تلویزیون، و سینما - این رسانه های قوی پیام رسانی- آثار گرافیکی قوی ترین رسانه محسوب می شد که در آن زمان غالباً به روش چاپ سنگی تکثیر می شد. در نتیجه، گرافیک از حیطه و موضوع هنری خود در هنر نقاشی به "کاربردگرایی" روی آورد و به جای بیان مطلبی با طرحی حسی، تصویری را پدید آورد که درک مفهوم را آسان تر و پیام را منتقل می کرد.

انقلاب صنعتی نخستین بار طی سال های 1760 تا 1840 در انگلستان تحقق یافت. اما این پدیده بیشتر فرآیند عمیق اجتماعی - اقتصادی بود تا دوره ای تاریخی یا نوعی نگرش جدید به شیوه زندگی. تکمیل ماشین بخار به دست "جیمز وات" در دهه 1780 به سرعت عالمگیر شد. پس از آن، استفاده از الکتریسته و نیز موتورهای درون سوز قدرت تولید را صدها برابر افزایش داد و نیاز به اطلاع رسانی و تبلیغات و بسته بندی برای بازاریابی و فروش تولیدات صنعتی (که از عادات مصرف جامعه بسیار فزون تر بود) آشکار شد.

در شهرها، سرمایه دار - در مقام قدرت برتر - جایگزین ارباب زمین دار شد و سرمایه گذاری در تولید ماشین به منظور تولید بیشتر دگرگونی های پی در پی را در صنعت پدید آورد. افزایش تولید به کاهش قیمت انجامید و کالای فراوان و ارزان بازار گسترده تر و تقاضای بیشتر را به وجود آورد و این چرخه عرضه و تقاضای صنعتی پشتوانه پیشرفت های بی وقفه صنعت و فناوری شد.

حقوق اجتماعی حاصل از انقلاب فرانسه و استقلال امریکا تعلیم و تربیت و سوادآموزی عمومی را گسترش داد و در نتیجه کتاب، و به طور کلی مطالب خواندنی، خواستاران بیشتری پیدا کرد و تولید پیام های چاپی افزایشی

روزافزون یافت. دسترسی بیشتر به منابع، به سهم خود، تقاضایی سیری ناپذیر را به وجود آورد و عصر ارتباطات گسترده شکل گرفت.

اختراع عکاسی، و بعدها وسایل مخصوص چاپ عکس، مفهوم سند بصری و اطلاعات تصویری را گسترش داد. لیتوگرافی رنگی، تصاویر رنگی را به منازل برد و تجربه حس زیبای شناسی را از حیطه اقلیتی ممتاز خارج ساخت و در اختیار تمام افراد جامعه نهاد. به طور کلی، می توان گفت که زیربنای تمدن غرب یکباره به گونه ای عمیق دگرگون شد و تمام حیطه های تجارب بشر با این تغییرات عمیق و ناگزیر متحول گردید.

در قرن سراسر پوینده و سرزنده نوزدهم میلادی نمایش حیرت انگیزی از فناوری ها، شکل های تخیلی و کاربردهای متنوع طراحی گرافیک به راه افتاد که میتوان آن را در دوره خلاقیت و ابداع در طراحی حروف لاتین به حساب آورد. حروف لاتین تا قبل از قرن نوزدهم بیشتر در مکتوبات و کتاب ها به کار می رفت، ولی حرکت سریع و نیازهای فراوان ارتباطات در جوامع شهری و صنعتی در حال رشد سبب گسترش مشاغل و حرفه های مربوط به چاپ و گرافیک و تبلیغات شد. ابعاد بزرگتر، تاثیر بصری عظیم تر و حروفی جدید با ویژگی های القایی و کاربردی ضروری بود و حروفچینی کتاب که به تدریج از نگارش با دست جدا شده بود پاسخگوی مناسب این نیازهای جدید نبود.

انگلستان علاوه بر آنکه در انقلاب صنعتی سهم بزرگی داشت – و انقلاب صنعتی، همانگونه که اشاره شد، از آنجا آغاز شد – در طراحی حروف جدید لاتین نیز نقش بسیار مهمی برعهده گرفت. در اوایل قرن نوزدهم، نوعی حروف جدید به نام " فِت فیس " (fat face) ابداع شد که ضخیم شده حروف رومی بود و کاربرد و جلوه مناسبی، به ویژه در تبلیغات داشت. (شکل 1) سپس گروهی از حروف سریف دار طراحی شد که شخصیت بصری محکم و منطقی و استواری داشت و غلبه فضای مثبت به فضای منفی در آن ها آشکار و واضح بود و حتی سریف های آن ها را ضخیم و با زاویه های قائمه طراحی کرده بودند. (شکل 2)



شکل 1

طراحی حروف بدون سریف از نوآوری های مهم طراحی حروف لاتین در اوایل قرن نوزدهم بود که خیلی زود به کار گرفته شد و اهمیت فراوانی یافت و به این نوع حروف به ویژه در صنعت چاپ آلمان توجه خاصی می شد. این حروف که به "سان سریف" (Sunserif) معروف است، از منظر بصری شخصیتی غیرادیبانه و بدون تکلف دارد و بسیار مناسب کاربردهای صنعتی و عمومی است و از حروف سریف دار مثلا "رومن" (Roman) یا "تایمز" (Times) رسمیت و جدیت کمتری تداعی می کنند. (شکل 3 - 4)

Type Family

نسخه سریف خانواده تایپ «گرتا»

Type Family

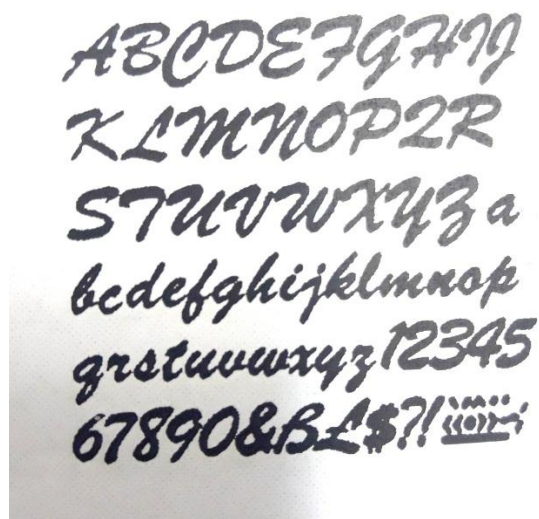
نسخه سن سریف خانواده تایپ «گرتا»

TWO-LINE GREAT PRIMER SANS-SERIF
TO BE SOLD BY AUCTION,
WITHOUT RESERVE;
HOUSEHOLD FURNITURE,
PLATE, GLASS,
AND OTHER EFFECTS.
VINCENT FIGGINS.

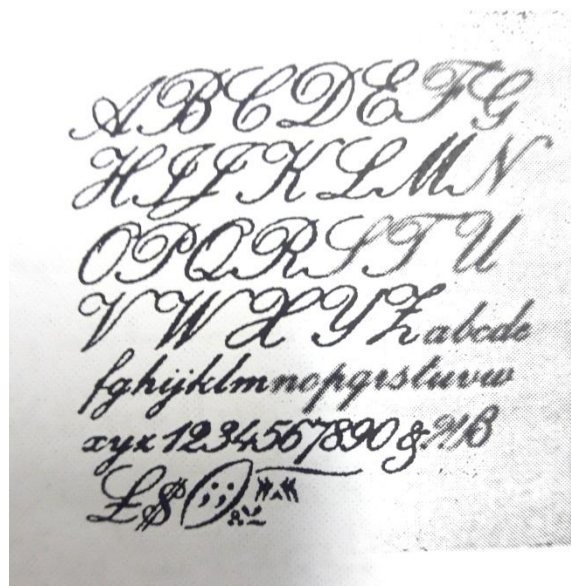
شکل 3

شکل 4

نوع سوم حروف لاتین در گروه "اسکرپت" (Script) جای دارند که حالت دستنویس دارند و برای مواردی چون نام محصولات غذایی، هتل ها، رستوران و فروشگاه ها، لوازم آرایشی و موارد مشابه مناسب اند و حالتی صمیمی دارند و به دل می نشینند. (شکل 5).



این نوع حروف گاهی به گونه ای طراحی می شوند که دو واژه کاملاً به هم متصل می شوند و گاه نیز به صورت جدا از یکدیگر طراحی می شوند. گروه حروف اسکرپت را در موارد بسیار رسمی و خشک و جدی کمتر به کار می گیرند، ولی به این معنی نیست که از لحاظ شخصیت بصری سبک سری و بازیگوشی را تداعی می کنند. این نوع حروف حتی گاه اشرافی مابی و شکوه را می نمایند (شکل 6) و برای طراحی لوگو تایپ، یعنی نشانه های نوشتاری کالایی گران قیمت، یا برای نوشتن نام هتلی مجلل به کار می رود.



به همین دلیل و براساس جنبش هنری آرنوو، در دهه 1890 و اوایل 1900 استفاده از این نوع حروف در تزیین و معماری رواج بسیاری داشت و در آن برای نقش مایه اصلی از شکل های گیاهی پرپیچ و تاب استفاده می شد. علاوه بر آن قلم هایی از حروف لاتین طراحی شد که همان اشکال پرپیچ و تاب در آن ها به چشم میخورد که در آن دنباله سریف حروف غالبا گردش پیچان تبدیل می شد. در مجموع بنا بر توصیف اجمالی از حروف لاتین در این فصل، میتوانیم نتیجه بگیریم که امروزه سه گروه حروف لاتین به کار می رود: سریف دار، بدون سریف و اسکریپت.

شناخت هنر گرافیک 1

جلسه سوم

ابداعات جدید در چاپ و تاثیر آن در گرافیک

در سال های آخر قرن هجدهم، روش های جدیدی در چاپ دستی پدید آمد و امکانات تازه تری را بخصوص برای مصور سازی و تکثیر نسخه های رنگی فراهم آورد. چاپ سنگی (لیتوگرافی) در آخرین سال های قرن هجدهم در اتریش ابداع شد و بعد در فرانسه مورد استفاده زیادی قرار گرفت. چاپ سنگی یا لیتوگرافی را «آلیس زنفلدر» نقاش اتریشی در سال 1796 ابداع کرد. چاپ سنگی بر مبنای اصل ساده نامحلول بودن آب و روغن به وجود آمد. تصویر مورد نظر را ابتدا با مداد و قلم یا مداد شمعی چرب روی سطح هموار سنگی ترسیم می کردند و تمام قسمت های سنگ، غیر از تصویر روغنی که آب را جذب نمی کرد، با آب مخلوط می کردند. سپس جوهری چرب را روی سنگ می غلتانند تا جذب تصویر شود و از سایر قسمت های مرطوب جدا بماند. پس از آن، کاغذ را روی تصویر قرار می دادند و با فشار منگنه چاپ تصویر جوهری روی کاغذ منتقل می شد. «زنفلدر» در اوایل دهه 1800، لیتوگرافی چند رنگ را تجربه کرد و صنعت چاپ آلمان به ویژه بیش از دیگر اروپاییان در تکامل این شیوه چاپ تاثیر گذاشت. در نیمه اول قرن نوزدهم در بسیاری از کشورهای اروپایی با استفاده از چاپ سنگی کتاب های مصور رنگی چاپ می کردند.

کتاب آرایی و گرافیک در قرن نوزدهم

همان طور که اشاره رفت، در قرن نوزدهم با روش های تازه ای که در چاپ رنگی پیدا شد، بیش از گذشته نقاشان به هنر چاپی و مصورسازی روی آورند. می توان گفت تقریباً اکثریت نقاشان برجسته در این عرصه به طبع آزمایی پرداختند. در نیمه دوم قرن نوزدهم، گسترش چاپ ماشینی نقصانی را در ضوابط سنتی کتاب آرایی سنتی به وجود آورد. اما بزودی واکنشی علیه معیارهای چاپ دستی به وقوع پیوست. این تجدید حیات که برخوردش نسبت به کتاب ابتدا به مثابه یک شی هنری در تیراژ محدود، و سپس در تولید تجاری تاثیر نهاد از جنبش هنر و صنایع دستی نشأت گرفته بود و در طی دهه آخر قرن نوزدهم در انگلستان، همچون واکنشی در قبال اغتشاش اجتماعی، اخلاقی و هنری انقلاب صنعتی قد علم کرده بود. طراحی و بازگشت به صنایع دستی تبلیغ می شد و تولید انبوه کالاهای «مبتذل و بی ارزشی» مورد تنفر قرار گرفته بود. «ویلیام موریس» رهبر جنبش هنرها و صنایع دستی انگلستان، نیت درست، صداقت در قبال مصالح و شیوه های تولید و بیان شخصی

طراح اثر و سازنده آن ضروری می دانست. ویلیام موریس و پیروانش بازگشت به گذشته را تبلیغ می کردند و می کوشیدند ارزش های تزیینی و فنون دستی عصر نوزایی را از نو احیا کنند.

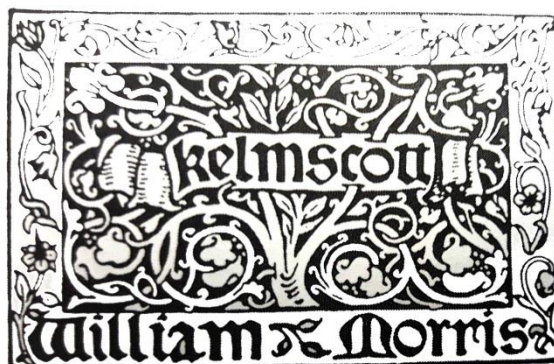
الهام بخش فلسفه این جنبش، «جان راسکین» هنرمند و نویسنده بود. وی با طرح این سوال که «چگونه می توان نظم آگاهانه در جامعه ایجاد کرد که زندگی عموم مردم قرین آزادی و آسودگی باشد» اقتصاد تجاری را رد کرد و بر وحدت نیروی کار و هنر در خدمت به جامعه تاکید نمود. طبق نظر «راسکین» فرایند جدایی هنر از جامعه پس از رنسانس آغاز شده بود، فناوری و صنعتی شدن جدایی هنر از جامعه را به مرحله ای بحرانی رسانده بود و هنرمند را منزوی ساخته بود. نتایج این پدیده التقاط الگوهای تاریخی، تنزل در خلاقیت و طراحی توسط مهندسان بدون ملاحظه جنبه های زیباشناسی بود.

«ویلیام موریس» که به شدت نگران مشکلات صنعتی شدن و سیستم کارخانه ای بود، کوشید تا ایده های «راسکین» را به کار ببندد. آشتی هنر و صنعت می توانست بی ذوقی در تولید انبوه کالا و فقدان صداقت استادکاری را جبران کند و ساخت اشیاء زیبا با ترکیب هنر و صنعت دستی در تمام عرصه ها از ساختمان مسکونی گرفته تا تختخواب ممکن سازد. (شکل 5)



شکل 5

کارگر بار دیگر با شور و شوق به کار می پرداخت و محیط زیست انسان ها که به شهرهای صنعتی با خانه های استیجاری کشیف؛ ملال انگیز و پر از اجناس تولیدی کهنه تنزل کرده بود، حیات تازه ای می یافت. نتیجه کار آنان پیدایش نقوش تزئینی در حروف و تصاویر بود. (شکل 6)



شکل 6

بعدا این نوع آرایشگری در شیوه ای بنام «آرنوو» (هنر جدید) تجلی یافت. شیوه مذکور در اواخر قرن نوزدهم و سال های نخست قرن بیستم عرصه های مختلف هنرهای تجسمی و معماری اروپا، خاصه در فرانسه، فرا گرفت. ظرافت خطوط در ترسیم پیکره هایی که با نقوش گیاهی و تزئینات تجریدی بهم آمیخته اند و نیز انتخاب موضوعات تخیلی و افسانه آمیز، از مشخصات مصور سازی به شیوه «آرنوو» بود. آرنوو یک سبک تزئینی جهانی است که طی دهه آخر قرن نوزدهم و دهه اول قرن بیستم رونق گرفت. (1890 – 1910) این سبک تمام جنبه های هنر طراحی یعنی معماری، گرافیک، طراحی اثاثیه، مد و در نتیجه تمام جنبه های محیط ساخته انسان را در بر می گرفت؛ طراحی پوستر، بسته بندی کالا، آگهی، چهارچوب در و نرده، پلکان، ورودی معابر زیرزمینی، منازل، کارخانه ها، صندلی، ظروف، قاشق و کتری و... از این جمله است. ویژگی «آرنوو» خط اندام وار و گیاه مانند است.

اگر ماهیت «آرنوو» را به تزئین محدود کنیم نقش نیرومند آن در تحول تمام جنبه های طراحی را نادیده گرفته ایم. «آرنوو» سبکی انتقالی است و از تاریخ گرایی که در طراحی قرن نوزدهم عنصر مسلط به شمار می رفت، رو گردانید. تاریخ گرایی یعنی اکتفا کردن به کاربرد حقیرانه فرم و سبک های قدیم به جای طرح صور نو در بیان حال. نوآوری به جای تاریخ گرایی نشست و آرنوو به مثابه اولین مرحله هنر مدرن رخ نمود. این سبک با زدودن

روح تاریخ گرایی از طراحی راهگشای قرن بیستم گردید. معماری مدرن، گرافیک، طراحی صنعتی و هنر سورئالیسم و انتزاعی ریشه در نظریه ها و مفاهیم بنیادین این سبک دارد.

شناخت هنر گرافیک 1

جلسه چهارم

سرآغاز طراحی گرافیک قرن بیستم

اغلب به نظر می رسد که تغییر قرن منجر به درون نگری می شود. با خاتمه یافتن یک سده و شروع سده جدید نویسندگان و هنرمندان خرد سنتی را به نقد می کشند و به دنبال امکانات تازه ای برای تغییر اوضاع فرهنگ بشری می روند. با تمام شدن قرن نوزدهم و شروع قرن بیستم طراحان، اسلوب معماری، مد، طراحی گرافیک و طراحی مصنوعات را برای یافتن امکانات تازه جستجو کردند. پیشرفت های فناوری و صنعتی باعث رونق این مسائل شد. خط موج آرنوو نشان داد پدید آوردن فرم های نو، به جای کپی برداری نقوشی از طبیعت یا نمونه های تاریخی، رویکردی کارآمد بوده است. امکان انتزاع و ساده سازی را طراحان اسکاتلندی، اتریشی و آلمانی نشان دادند. این دسته از هنرمندان به سرعت از زیبایی طرح اندام وار پیچ در پیچ گذشتند، چرا که در پی زیبایی شناسی نو و فلسفه طراحی بودند که بدان وسیله به اوضاع متغییر فرهنگی، اقتصادی و سیاسی آغاز قرن بپردازند.

دو دهه اول قرن بیستم با چنان تغییراتی همراه بود که تمام جنبه های زندگی بشر را دگرگون ساخت و در صورتبندی های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی به طور عمیق اثر کرد. صنعت و تجارت با پیشرفت های فناوری و علمی متحول شد. اتومبیل در سال 1885 و هواپیما در سال 1903 حمل و نقل را دگرگون ساختن. سینما (1896) و ارسال پیام از رادیو بی سیم (1895) دوران جدیدی را در ارتباطات بشر نوید داد.

اگر در این اوضاع پر آشوب، هنر بصری چندین انقلاب را تجربه کرده باشد که طی آن ارزشها، شیوه های سازماندهی فضای کار و نقش اجتماعی خود را زیر سوال برده باشد، تعجب برانگیز نیست ایده های بنیادی در رنگ و شکل، اعتراض اجتماعی، حالات و هیجانات عمیق فردی و نظریه های فرویدی، اذهان بسیاری از هنرمندان رابه خود مشغول کرد. با آنکه برخی از این جنبش های نو - مثلاً فتوریسم - بر طراحی گرافیک تاثیر اندکی نهاد، برخی دیگر - چون کوبیسم، دادا، سوررئالیسم و داستیل و سوپره ماتیسیم و ساختگرایی - مستقیماً بر زبان گرافیک و پیام های بصری این قرن تاثیر گذاشتند. تحول طراحی گرافیک قرن بیستم با نقاشی، شعر و معماری نو رابطه ای تنگاتنگ دارد.

در اوایل سال های 1900 شاهد تحول عظیم در طراحی گرافیک هستیم که باید به نقش تاثیرگذار هنرمندان آوانگارد، فوتوریسم، ساخت گرایی، در شکل گیری این اتفاق می توان اشاره داشت. در این سال ها هنرمندان آوانگاردی همچون ال لیسیتزکی، الکساندر رودچنکو، هربرت بایر و لازلوموهولی ناگی آثار تالیفی دنیای هنر پیشینرا به طرز شرم آوری نخبه گرایانه و خودارضاگرایانه ارزیابی می کردند. از نگاه آنان این رویکرد های بورژوازی و ذهنی گرایانه جامعه را به تباهی می کشاند. آن ها در عوض، به آینده یی روی آوردند که فرم های آن، کاربردی، مینی مال، سامان یافته و منطقی از ماشین الهام گرفته است. (شکل 7 و 8)



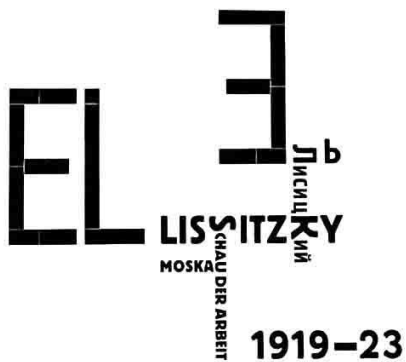
شکل 8

شکل 7

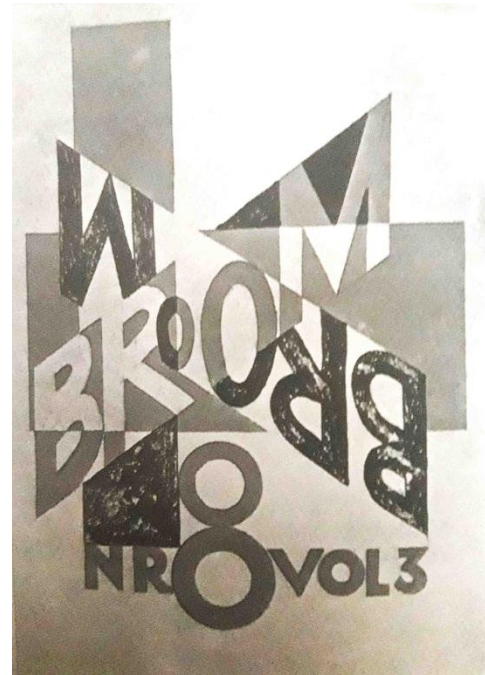
طراحان آوانگارد دارای جسارت و بینش بودند. اغلب آن ها افرادی جوان بودند که در دهه ی دوم زندگی شان می زیستند. به جز تغییر جهان، خواهانچیز دیگری نبودند. آنان در اوایل قرن بیستم از طریق طرحی، بدون هیچ دلهره و نگرانی با جامعه شان رودرو شدند. با وجود آنکه در محاصره ی آشفتگی حاصل از صنعتی شدن، اغتشاش ناشی از تکنولوژی و جنگ جهانی قرار داشتند، اما در جستجوی نظم و ترتیب و معنا بودند. این هنرمندان با صدور بیانیه و آفرینش پوسترها، کتاب ها، مجلات و تایپ فیس ها، واژگان بصری جدید قابل توجهی را به کار گرفتند. آنان از ارتباط جمعی استقبال کرده و از کلیشه ها دست برداشتند.

آوانگاردها با سنت های زیباشناسانه ی متقارن و تزئینی به مثابه ته مانده های کهنه برخورد کردند که به هر قیمتی باید دور ریخته می شدند. در عوض ماشین را به عنوان منبع الهام نگریستند؛ شیک، کاربردی، کارآمد و قدرتمند. آنان در تلاش برای کشف فرم های بصری غیرکلیشه ای بودند که شایسته ی دنیای مدرن جدید باشد.

آوانگاردها از طریق چنین تجربه هایی، لی اوت نامتقارن، فضای سفید فعال، تایپ فیس های هندسی، مینیمالیسم، کاربردگرایی و جهان شمولی را گسترش دادند. جدای از کار شاق شان، جنبش های فتوریسم، دادائیسم، داستیل، ساخت گرایی و تایپوگرافی های جدید از آن ها نشأت گرفت. ایده های آنان برای شکل دهی بنیان مدرن صنعت طراحی گرافیک از آن سر برآور، در تعارض با دیگر انواع ایده ها بود. (شکل 9 و 10)



شکل 10



شکل 9