

# تصویرسازی

روشی کارآمد در طراحی گرافیک

■ فروزان خیری

Illustration, a workable  
method in graphics

Foroozan Kheiri

## Families

مشتریان و ماندگاری در ذهن از تصویرسازی استفاده شود. از کاربردهای تصویرسازی می‌توان استفاده از آن در طراحی برای چاپ فلکسو و هلیو نام برد. در این موارد که چاپ به شکل رول و روی مواد لغزنده مانند جنس bopp انجام می‌شود بهتر است به جای عکس از تصویرسازی به شکل رنگهای تفکیکی استفاده شود. وقتی گرافیک به نقاشی نزدیک می‌شود در حوزه تصویرسازی خود را معرفی می‌کند. تفاوت تصویرسازی با نقاشی در شخصیت پردازی قوی و جنبه روایی و داستانی و موضوعی بودن آن است. تصویرسازی با تاکید بر نشانه‌ها و سمبولها با ذهن مخاطب رابطه‌ای تصویری و تخیلی ایجاد می‌کند و با پیوند تخیل و واقعیت هارمونی و تاثیر بصری عمیقی برجای می‌گذارد. پس تصویرسازی فضای خلاقانه و استعاره‌ای ایجاد و تخیلات بیننده را تحریک می‌کند و او را به لذت گرفتن پیام به طور غیرمستقیم و اشاره‌ای می‌رساند. یک تصویرساز ماهر در حقیقت شاعری است که با توانمندی زیاد از استعاره و اشاره‌های غیرمستقیم استفاده می‌کند، ذهن را درگیر کشف موضوع می‌کند و باعث می‌شود که پیام ارسال شده تا مدت‌ها در ذهن باقی بماند. یک پوستر تبلیغاتی بدون ایده خلاقانه و

گرافیک زبان اختصار و خلاصه گویی و زبان تصویری مشترک بین ملل مختلف است. زمانی که در غارها انسانهای اولیه برای بیان منظور خود و برقراری ارتباط با دیگران تفکراتشان را با استفاده از تصویرسازی روایت می‌کردند، تصویرسازی به شکل یک شیوه نمود پیدا کرد و طی سالیان به دلیل محدودیت ابزار و شیوه‌های دیگر، بقای خود را برای بیان مفاهیم در گرافیک حفظ کرد. با ابداع خط و بکارگیری آن در کنار تصویر و بعدها با اختراع دوربین عکاسی و استفاده از عکس راه برای شیوه‌های دیگر از جمله تایپوگرافی و عکاسی باز شد، اما محدودیت‌هایی که دوربین عکاسی دارد اجازه نمی‌دهد که در همه موارد آن را بکار بگیریم. مثلاً برای نمایش اندام‌های داخلی بدن در یک پوستر پزشکی، یا نمایش اجزای داخلی اتومبیل و موتور در صنایع اتومبیل‌سازی و هواپیماسازی و یا نمایش جزئیات درونی CPU کامپیوتر، جز تصویرسازی راه دیگری نیست. موارد دیگری از کاربردهای گرافیک که استفاده از تصویرسازی را می‌طلبد تبلیغات مربوط به کودکان است. خصوصیت استفاده از خط‌های ساده و رنگهای شاد و کودکانه و اغراق در نمایش محصولات باعث می‌شود که برای جلب نظر کودکان، یا در رساندن مفاهیم مربوط به کودکان و یا جلب توجه





# MOTHER

استعاره، حروف را به جنبه تصویری نزدیک می‌کنیم. در اینجا معنا و مفهوم تصویری کلمات و حروف خود را قبل از خوانده شدن یا همزمان با خوانایی نشان می‌دهد، از این نمونه می‌توان به لوگوی مجله **Mother and Families** and **child** اشاره کنیم که کار هنرمندانه «هرب لوبالین»، گرافیست امریکایی است. برای یادگیری و استفاده از استعاره و نشانه باید دید قوی داشت و برای تقویت دید و نگاه کردن به اشیاء از زاویه دیگر، باید یاد بگیریم که چگونه این تشابهات ظاهری یا مفهومی را ببینیم، کشف کنیم یا با تغییراتی ایجاد نماییم.

فضاهای استعاره‌ای فقط مدت کوتاهی اعتبار دارد و به محض اطلاع رسانی عمرش به پایان می‌رسد، اما اگر در آن از فضاهای اشاره و کنایه‌ای ماهرانه استفاده شود سالها در ذهن جای می‌گیرد. وقتی شرکت پاک از یک تصویر خیلی خیلی ساده (شکل ضربدر X) به صورت داستانی دنباله‌دار در تیزرهای خود استفاده می‌کند و با تکرار و تداوم آن به ذهن مخاطب نفوذ می‌کند و او را وادار می‌کند که در هر کجا با دیدن X محصولات پاک را به خاطر آورد و کم‌کم جور دیگر ببیند، در حقیقت خود را وارد زندگی مردم کرده، یعنی رسیدن به هدف مورد نظر شرکت. یا شرکت روزانه با شخصیت پردازی قوی که روی گاو انجام داده و هر چند وقت یکبار برای هر کدام از محصولاتش یک روایت تازه با استفاده از این شخصیت بیان می‌کند، باعث شده که تقریباً هیچکس محصولات روزانه را از یاد نبرد و سریع با دیدن کاراکتر گاو محصولات روزانه و یا برعکس با دیدن محصولات آن، کاراکتر زیبایش یادآوری شود.

تصویرسازی می‌تواند یک عکس باشد، عکسی که در واقع بطور عینی وجود ندارد بلکه زمانی که هنرمند تخیلاتش را با واقعیت در هم می‌آمیزد پدید می‌آید. وقتی به طراحی پوستر و بیل بورد لایکو نگاه می‌کنید در ابتدا منظره‌ای از کوه و طبیعت برفی می‌بینید ولی بعد از کمی دقت متوجه محصولات سفید لایکو (لحاف و بالش) می‌شوید که بصورت کوه و تپه‌های برفی چیدمان و عکاسی شده و از قسمتی از آن **Detail** گرفته شده است. زمانی تصویرسازی با تایپوگرافی آمیخته می‌شود و با استفاده از یک نشانه، فرم یا

