

یادداشتی سردستی در حاشیه‌ی نمایشگاه پوستر

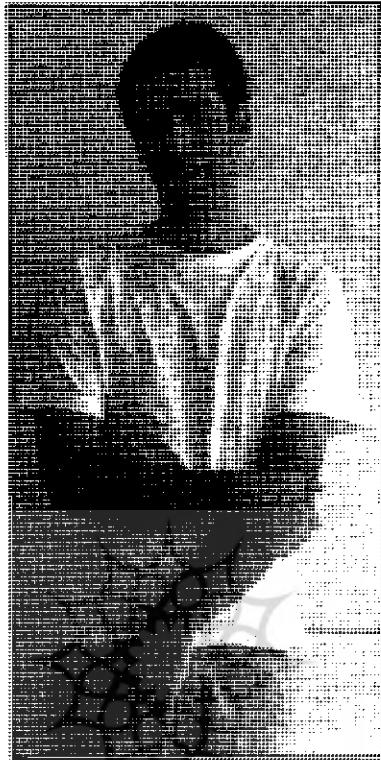
هنرجویان دوره‌های آموزشی مؤسسه‌ی فرهنگی هنری قبادشیراز

اشاره:

مقاله‌ی پیش‌روی شما، توسط آقای مهدی سیفی دربارهی «گرافیک» و «طراحی» نوشته شده است. رشته‌ای که خود او را می‌توان اولین دانشجوی نه‌آوندی این رشته دانست. دانشجویی که روزهای اول ورودش به کلاس، گیج و مات و مبهوت اصطلاحات تخصصی رشته‌ی مورد علاقه‌اش شده بود که استادان مثل نقل و نبات و به راحتی به کار می‌بردند و او در ابتدا چیز زیادی از آن‌ها نمی‌فهمید!

اما، انتخاب آگاهانه و باعلاقه‌ی رشته‌ی تحصیلی و سپس پشتکار و داشتن هدف روشن و امید به آینده، از او گرافیستی متبحر و استادی مسلّم ساخته که بدون تردید در مجموعه‌ی سرشناسان این رشته، حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. آری دانشجویی که روزهای نخست تحصیلی‌اش، پا به محیط دانشگاه گذاشته بود، آن هم از شهری که تا قبل از آن هیچ‌گونه زمینه‌ای از رشته‌ی طراحی و گرافیک نداشت، با زحمت، مطالعه، تکرار و پشتکار خستگی‌ناپذیر، چنان شکوفا و سبز شد، که سال‌هاست - به شهادت آمار - اولین‌های پذیرفته شده در رشته‌ی کارشناسی گرافیک، از شاگردان و تعلیم‌دیدگان کلاس درس اویند. مهدی سیفی، هنوز قله‌های موفقیت زیادی پیش رو دارد که قطعاً آن‌ها را فتح خواهد کرد. او می‌تواند به‌عنوان یک الگوی موفق که دارای اراده‌ای قابل تحسین و توجه است برای جوانان عزیز همشهری به حساب آید.

«فرهنگان»



آنچه می‌خوانید بخشی از یادداشتی است که در خبرنامه‌ی نمایشگاه پُستر مؤسسه‌ی فرهنگی هنری قباد شیوا نوشته‌ام. آن متن در سه قسمت ارائه شده بود: اول کمی در مورد خودم، بعد کمی درباره‌ی آقای قباد شیوا و روش کار او و سپس در قسمت آخر در مورد پُستر چیزهای مختصری نوشته بودم. مدیریت محترم مؤسسه‌ی فرهنگی علیمرادیان در طی بازدیدشان از آن نمایشگاه به‌من پیشنهاد کردند در راستای رویه‌ی جدید فصل‌نامه‌ی فرهنگان، قسمت‌هایی از آن یادداشت‌ها را در شماره‌ی جدید فصل‌نامه چاپ کنند. اگر این متن که

می‌خوانید کم و کاستی دارد یکی هم به آن دلیل است که برای جای دیگری نوشته شده و در این جا با جرح و تعدیل‌هایی آمده است .

کمی در مورد خودم

من آدم سیاستمداری نیستم و این ویژگی در زندگی من تأثیر زیادی داشته است. تجربه به من آموخته سیاستمدار بودن یا نبودن آدم‌ها در رفتار و گفتار و ... آن‌ها تأثیر می‌گذارد. حتی می‌تواند جهت زندگی را تغییر دهد. امیدوارم سیاستمدار نبودن من لااقل در سطرهای حاضر تأثیر خوبی داشته باشد. این‌ها را گفتم چرا که می‌خواهم خود را نه با زندگی نامه بلکه با چند نگاه انتقادی معرفی کنم.

الف) در حوزه‌ی توریسم و میراث فرهنگی ، چند پُستر برای معرفی شهرستان نهاوند طراحی کرده بودم که دو نمونه‌ی آن در این صفحات خواهد آمد (تصویر شماره‌ی ۱ و ۲). در این پُسترها سعی من بر آن بوده که نهاوند را به گونه‌ای متفاوت با آنچه تاکنون مطرح شده معرفی کنم ؛ یعنی به جای استفاده از عکس ابنیه و آثار تاریخی و یا صنایع دستی، که تقریباً صددرصد پستریهای میراث فرهنگی ایران این گونه‌اند ، از طراحی و تصویرسازی دستی استفاده کرده‌ام که با روحیه‌ی ایرانی هم‌خوان‌تر است و برای توریست خارجی هم در غالب مواقع نوتر ، جذاب‌تر و صمیمی‌تر است.

برای طراحی چند پُستر نهاوند ، حداقل دو هفته مطالعه کردم . مدیریت محترم مؤسسه‌ی فرهنگی علیمرادیان بی‌دریغ و گشاده رو ، کتب و نشریاتی را در اختیار من گذاشتند که

ماده‌ی اولیه‌ی مطالعه‌ی من در مورد نهاوند بود و در طراحی پُسترها به من کمک بسیار کرد. به همین جهت از تک‌تک دوستانی که در مؤسسه‌ی فرهنگی علیمرادیان برای پیشرفت فرهنگ شهر نهاوند و به تبع آن برای کشورمان ایران، تلاش می‌کنند بسیار سپاس گزارم. (ب) من در همدان به دنیا آمده‌ام، اما در نهاوند بود که پاگرفتم و تا سال ۱۳۶۹ که به دانشکده‌ی هنرهای زیبای دانشگاه تهران آمدم، مدام در نهاوند بودم. به همین دلیل خود را نهاوندی می‌دانم.

چیزهای زیادی را از نهاوند بسیار دوست می‌دارم: از جمله خام دستی و بدویت نقوش تزیینی سیاه و سفید حمام حاج آقا تراب، که من در جای دیگری نظیرشان را ندیده‌ام و یا خاطراتی که از بافت قدیمی آن شهر دارم. متأسفانه هر بار که به نهاوند می‌آیم می‌بینم که با چه سرعت و خشونت بافت قدیمی شهر دارد تخریب می‌شود؛ به نظر من بی‌هویتی یعنی این. یعنی این که من ریشه در نهاوند دارم اما با شهرم غریبه شده‌ام. نه خیابان‌ها نه معماری و نه ... آن که در کودکی من بود، نیست.

چ) نمی‌دانم چرا و از کجا تصمیم گرفتم در آینده گرافیکست و نقاش شوم. اما یادم می‌آید که از سال اول دبیرستان به تحصیلات عالی در رشته‌ی هنر می‌اندیشیدم. در نهاوند متأسفانه هنرستان هنرهای تجسمی نبود. دقیقاً هم نمی‌دانم الآن هست یا نه - که اگر نباشد خیلی تأسف آورتر است - این بود که در رشته‌ی علوم تجربی درس خواندم ولی ذهنم در پی هنرهای تجسمی بود و بالأخره دیپلم گرفتم و کنکور هنر دادم. قبولی در کنکور را مدیون خیلی چیزها هستم، از جمله آزادی‌هایی که پدرم، مرحوم وهاب سیفی، به من می‌داد.

روحیه‌ی مثبت مادر و خانواده‌ی مادری‌ام و کمک‌های بی‌دریغ آقای حجت سیفی، که برای اولین بار، با اصول اولیه‌ی طراحی آشنایم ساخت.

یادم می‌آید که وقتی وارد دانشکده‌ی هنرهای زیبا شدم چه قدر دانشجویان شهرستانی، آن‌هم شهرستان‌هایی مثل نهاوند که هنرستان هنرهای تجسمی نداشتند، گیج و مات و مبهوت اصطلاحات تخصصی‌را، که استادان مثل نقل و نبات به کار می‌بردند، می‌شنیدند ولی نمی‌فهمیدند. حداقل یک یا دو ترم گذشت تا من توانستم خودم را از نظر اطلاعات و آشنایی با ابزار و اصطلاحات به سطح یک دانشجوی تهرانی و حتی همدانی برسانم. آن‌روزها این برایم نکته‌ای تراژیک بود ولی امروز حتی طنز آمیز هم شده چرا که به خود می‌گویم می‌توانستم بروم مثلاً سوئیس درس بخوانم. آن‌جا هم همین قدر می‌گذشت تا خود را با زبان محیط هماهنگ کنم.

د) مرا به دلیل این که در ۱۳۵۱ متولد شده‌ام جزو نسل پنجم طراحان گرافیک معاصر ایران نسل‌بندی کرده‌اند. به این تقسیم‌بندی دو انتقاد دارم: یکی این که به نظر من نسل‌ها در هر دهه الزاماً تعویض نمی‌شوند و آن نسل‌بندی که بر اساس دهه‌ها باشد، اگر چه به ظاهر دارای دلیل عینی است، اما از منطقی سطحی پیروی می‌کند. به نظر من در آثار گرافیک متولدین دهه‌های چهل و پنجاه و حتی شصت ایران، تفاوت و تحول زیبایی‌شناختی چشم‌گیری رخ نداده که آن‌ها را به نسل چهارم و پنجم و ششم تفکیک کنیم.

دومین انتقاد من به این نسل‌بندی آن است که نسل اول گرافیک معاصر ایران بزرگانی چون صنیع الملک، ابوتراب غفاری و علی‌قلی‌خویی بوده‌اند. آن‌ها بودند که اولین آثار

درخشان راه، پس از ورود صنعت چاپ، در ایران خلق کردند و پایه گذار نوع جدیدی از ارتباط تصویری یا گرافیک در این مرز و بوم شدند.

به همین دلیل به رغم خیلی‌ها، با تمام احترامی که برای مرحوم مرتضی ممیز قانلم، ایشان را پدر گرافیک نوین ایران نمی‌دانم بلکه معتقدم اگر قرار به اختیار کردن پدری برای این گرافیک باشد، ابوالحسن غفاری ملقب به صنیع‌الملک، که اولین تحصیل کرده‌ی گرافیک در ایران است، نقش مؤثرتری در تاریخ تحول گرافیک از سنتی به نوین در ایران داشته است و... در حوزه‌ی هنرهای تجسمی ایران معلمینی، که در کلاس‌های دیگر هم زمان با معلمی شاگردی کنند، زیاد نیستند. من زمانی که شاگرد کلاس آقای شیوا شدم خودم در مقطع آموزش عالی معلم بودم و اتفاقاً برخی از هنرجویان خودم، هم کلاسی‌ام شدند. این تجربه را برای آن‌ها، که می‌ترسند با شاگردی کردن در اعتبار کاذبی که از معلمی به دست آورده‌اند خللی ایجاد شود، در میان می‌گذارم.

اکثر قریب به اتفاق معلمین جوان ایرانی متأسفانه با مبانی آنچه آموزش می‌دهند آشنایی عمیق ندارند. من به این معلمین انتقاد جدی دارم و معتقدم آن‌ها دارند دانسته یا ندانسته وظیفه‌ی استادی را نسبت به هنرجویانشان به خوبی ایفا نمی‌کنند. خود من زمانی که دانشجوی دانشکده‌ی هنرهای زیبا بودم می‌دیدم خیلی از معلمین واقعاً جایشان آنجا نیست. من این بی‌توجهی را از نزدیک لمس کرده‌ام و همان هم باعث شد که در کلاس‌های خارج از دانشگاه جذب شوم. اتفاقاً بد نیست بدانید دو معلمی که من از آن‌ها بیش‌تر از همه یاد گرفته‌ام یعنی روین پاکباز و قباد شیوا هیچ کدام در دانشگاه معلم من نبوده‌اند.

ها) من عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک نیستم و در هیچ مسابقه‌ای هم تا به حال جایزه نگرفته‌ام و طرفه آن که از این موارد نه تنها احساس خلأ نمی‌کنم بلکه می‌شود گفت به‌گونه‌ای رضایت دارم و صادقانه می‌گویم به نظر من این انجمن صنفی است که باید از نداشتن کسانی چون من و امثال من احساس خلأ کند و از خود پرسد چرا؟

(و) من به آقای شیوا و معلمینی که دوست دارم، هیچ وقت استاد نگفتم. چون کلمه‌ی «استاد» را، برخلاف معنی خوبی که دارد، مسخ شده و حتی توهین‌آمیز می‌بینم. وقتی هر کسی که مدرکی گرفت و در کلاسی آموزش داد استاد خطاب می‌شود؛ بی‌آن که لوازم حقیقی کار را فراهم کرده باشد دیگر برای کسی چون شیوا این پیشوند محترمانه نیست. پس بگذار به او استاد نگویم و این‌گونه او را محترم بدارم.

و اما پیش‌تر در مورد پوستر

این‌ها یادداشت‌هایی است از آن‌چه در طی بیش از پانزده سال از کتاب‌ها، کلاس‌ها و تجارب شخصی در مورد پوستر فهمیده‌ام. سعی می‌کنم صمیمانه و خودمانی خلاصه‌ای از آن را در این جا نقل کنم. این نکات می‌توانند مقدمه‌ای باشند بر متنی که من آن را «پدیدارشناسی طراحی پوستر» می‌نامم.

الف) Poster (انگلیسی) یا Plakat (آلمانی) یا Affiche (فرانسوی) معادل لغوی چندان زیبایی در زبان فارسی ندارد. «اعلان»، «اعلان دیواری» یا «دیوارکوب» و یا حتی دیدم که کسی پیش‌نهاد داده بود «آگهیانه» معادل‌های پوستر در زبان فارسی‌اند. اما چیزی که بدیهی

است این است که هنوز این معادل‌ها نتوانسته‌اند جای کلمه‌ی «پستر» را در استفاده عمومی بگیرند. مثل واژه‌ی تلویزیون، که کسی امروزه نمی‌گوید «جعبه‌ی جادویی». کلمه‌ی «پستر» هم در زبان فارسی جا خوش کرده است.

روین پاکباز در «دایره‌المعارف هنر» املا‌ی این کلمه را «پستر» آورده، به جای آن که اغلب می‌نویسند «پوستر» و به نظر پیش‌نهاد منطقی‌ای می‌رسد چرا که Poster است نه Pouster یا Pouster و...

ب) تهیه‌ی تاریخچه‌ای از پستر بسته به معنایی دارد که ما از آن در نظر داریم. به همین جهت من در این جا سابقه‌ی پستر را در هفت معنا نقل می‌کنم:

در معنای اول، سابقه‌ی پستر به نقوش برجسته‌ی آشوری (تصویر ۳)، یعنی حدود هزار سال قبل از میلاد و رومی (تصویر ۴)، یعنی حدود دویست سال قبل از میلاد و ایرانی (تصویر ۵)، یعنی حدود پانصد سال قبل از میلاد می‌رسد.

این‌ها اولین تصاویری بودند که در معرض دید عموم قرار گرفته و روایت‌گر بودند و کارشان تبلیغ دستگاه حاکم بود. البته لوح معروف حمورابی در این میان جایگاهی ویژه دارد (تصویر ۶). می‌دانیم که حمورابی پادشاه بابل اولین حاکمی بود که سعی کرد قوانینی برای بهتر شدن و نظم دادن به امور مملکتی وضع کند و دستور داد آن‌ها را روی سنگ حک کردند و در معرض دید عموم قرار دادند.

در معنای دوم، اگر پستر را نه نقش برجسته بلکه صفحه‌ای بدانیم که بر دیوار نصب می‌شود (یعنی همان دیوارکوب)، آن وقت می‌شود اعلامیه‌های دیواری مصری و رومی را که بر

پاپروس نگاشته می‌شده‌اند اولین پسترها دانست. از این دسته یک نمونه، که برای بازگرداندن برده‌ای فراری بر دیوار نصب می‌شده، در مصر به دست آمده است.

در معنای سوم، آگهی‌هایی را، که در قرون وسطی بر پوست نوشته می‌شده‌اند، می‌توان اولین پسترها دانست. این آگهی‌ها برخی دارای تصویر هم بودند و حدوداً به قرن پانزدهم میلادی مربوط می‌شوند.

در معنای چهارم، اولین پسترها آن‌هایی بود که با حروف چاپی از اواخر قرن پانزدهم و از قرن شانزدهم میلادی، یعنی پس از اختراع گوتنبرگ چاپ می‌شده‌اند. این‌ها اغلب اعلامیه‌های دولتی و... بوده‌اند. ما به این‌ها امروزه آگهی‌های همگانی چاپی می‌گوییم. این‌ها لزوماً روی دیوار هم نصب نمی‌شده‌اند.

در معنای پنجم، اولین نمونه‌های آگهی دیواری چاپی، که اصول و قواعد پستر سازی را پی‌ریزی کردند، آگهی‌های تماشاخانه‌های انگلیسی در قرن نوزدهم میلادی بوده‌اند (تصویر ۷). این نخستین آگهی‌های نمایش، که به لحاظ زیبایی‌شناسی برای طراحان امروز جالب توجه نیز هستند، اغلب تایپوگرافیک^۱ بودند و به آن‌ها پستر تایپ هم گفته می‌شود. گاه در این پسترها تصویر هم، اگر چه کوچک، دیده می‌شد و از آن‌جا بود که آهسته آهسته ارتباط بین تصویر و حروف مورد توجه طراحان قرار گرفت.

در معنای ششم، اولین پسترهای مصور در اوایل، اغلب مرتبط با نمایش بودند و بعدها در فرانسه برای تبلیغ کتب نقاشان فرانسوی طراحی و تکثیر می‌شدند. این‌ها اولین پسترهای

مصور جهان بودند که به دست نقاشان مشهور زمان طراحی می‌شدند. گفته می‌شود اولین پستر مصور جهان، که رنگی نیست، آن است که Wolker, Frederick تصویرگر و نقاش انگلیسی در ۱۸۷۱ میلادی ساخته است (تصویر ۸). این پستر، تبلیغ برای تئاتر است و زنی را با روپوش سفید نشان می‌دهد.

در مورد اهمیت این پستر گفته شده «این تصویر دل‌فریب گویای گسست از سنت طولانی مدت پسترهای با حروف Letterpress و منادی ظهور پستر تصویری در انگلستان بوده است.» در فرانسه هم تقریباً همزمان، اولین پسترهای مصور سیاه و سفید به وسیله نقاشان مشهور زمان برای کتب نقاشان فرانسوی طراحی و تکثیر می‌شده است. یک نمونه از این پسترهای اولیه آن است که برای کتاب گریه‌ها به وسیله Manet, Edward طراحی شده است (تصویر ۹).

در معنای هفتم، سابقه‌ی پستر به زمانی باز می‌گردد که لیتوگرافی ابداع شده بود. به دنبال این ابداع مهم Senefelder, Aloys، امکان چاپ پستر رنگی، آن هم در ابعاد بزرگ، فراهم آمد. پستر مصور رنگی، آن گونه که در اغلب کتاب‌های تاریخ طراحی گرافیک آمده است. با نام ژول شره در اواخر قرن نوزدهم میلادی آغاز می‌شود (تصویر ۱۰)؛ به همین سبب ژول شره را پدر هنر پستری نامند. از سال ۱۸۶۶ میلادی پسترهای Cheret, Jules، به روش لیتوگرافی، چاپ می‌شده است اما در دهه‌ی ۱۸۹۰ میلادی است که آثار درخشان Cheret, Jules، Toulouse، Lautrec, Henri، Mucha، Alphonse، Grasset, Eugene، Bonnard, Pierre و... به وسیله بلوک‌های سنگی خلق شده‌اند (تصویر ۱۱).

ج) شاید به دست دادن تعریف قطعی از پستر امکان پذیر نباشد، اما این به آن معنا نیست که طراحی پستر، شناخت لازم ندارد و هر کاری که کردیم، پستر است. من در این جا، به روش پدیدارشناسان، سعی می‌کنم با برشمردن برخی از ویژگی‌های پستر به شناخت آن نزدیک شوم، بی‌آن که خواسته باشم با خشک مغزی امکانات نامحدود حوزه‌ی طراحی پستر را تقلیل دهم.

از نظر نشانه‌شناسی پسترهای جهان از سه گروه خارج نیستند:

- آن‌ها که فقط از نشانه‌های تصویری، چه شمایی، چه نمایه‌ای تشکیل شده‌اند.

- آن‌ها که فقط از نشانه‌های نوشتاری یا قرار دادی تشکیل شده‌اند.

- آن‌ها که از ترکیب نشانه‌های نوشتاری و تصویری، یعنی انواع سه‌گانه‌ی نشانه باهم

تشکیل شده‌اند.

از میان این سه، گروه اول بسیار نادر است و در تصویری‌ترین پسترهای دنیا، بالآخره نوشته‌ای هر چند بسیار ریز و در حاشیه، وجود دارد. گروه دوم اگر چه نمونه‌های زیادی دارد، مثل پسترهای کالیگرافیک، تایپوگرافیک و... اما با اندکی تعمق متوجه می‌شویم که همان گروه سوم است. چون عینی شدن نوشتار تنها به مدد عناصر بصری امکان پذیر است و بهترین پسترهای نوشتاری دنیا، آن‌هایی است که علاوه بر نوشته بودن (یعنی خوانده شدن) حالت تصویری مناسب با موضوع و سفارش داشته باشند. با این توضیحات می‌خواهم نتیجه بگیرم که یک ویژگی اصلی پستر این است که از ترکیب لغت و تصویر به وجود می‌آید.

از نظر ساختار صوری، پسترهای جهان، مثل تمامی آثار تجسمی دیگر، از سه ساختار اصلی مقید، نیمه مقید و یا نامقید خارج نیستند. البته پسترهایی هم وجود دارند که در آن‌ها ترکیبی از چند ساختار باهم به کار گرفته شده است. ولی در هر ساختاری که پستر طراحی شده باشد عموماً بر صفحه‌ای چاپ و به تعدادی تکثیر می‌شود. ابعاد آن از حداقل ۴۰×۳۰ شروع می‌شود و بزرگ‌ترین اندازه برای آن هنوز به قطعیت تعیین نشده است.

جدی‌ترین ابعاد مرسوم پستر در ایران ۵۰×۷۰ و ۱۰۰×۷۰ است. دیده می‌شود که بیش‌تر پسترهای جهان در کادر مستطیل عمودی ارائه می‌شوند آن‌هم به این دلیل که کادر مستطیل عمودی هم ساده است و هم بیان اکسپرسیو زیادی دارد. پسترها از نظر محل نصب در دو دسته‌ی indoor (فضای داخلی، مسقف) و Outdoor (فضای خارجی، فضای باز) قرار می‌گیرند. در هر شکل آن، باید در حین طراحی نکاتی را در نظر داشت. مثلاً پسترهایی که در فضای داخلی استفاده می‌شوند لازم نیست یا درست نیست که مثل پسترهای فضای بیرونی تجاوز بصری شدید داشته باشند.

پستر در هر اندازه و هر ساختاری که باشد دارای تفاوت‌های ماهوی با حوزه‌هایی چون بیلبرد و آگهی مطبوعاتی و روی جلد کتاب و... است. منطبق این تفاوت را باید در کارکرد هر کدام از این انواع جست‌وجو کرد. مثلاً برای بیلبرد درست نیست که نوشته‌های درهم و برهم زیاد و ریز که خوانایی کمی داشته باشند استفاده شود.

در مورد بیلبرد، زمان اطلاع رسانی بیش از چند ثانیه می‌تواند خطر ساز باشد. چرا که طیف گسترده‌ای از مخاطب در حین رانندگی، بیلبرد را می‌بیند. ولی برعکس، در آگهی مطبوعاتی،

ما حتی از بوستر هم می‌توانیم زمان لازم را برای اطلاع‌رسانی بیش‌تر کِشِ دهیم چرا که مخاطب در شرایط دیگری با آگهی مطبوعاتی ارتباط برقرار می‌کند و... دیده می‌شود که برخی، بوسترها را به گونه‌های دیگری دسته‌بندی می‌کنند: مثلاً بوستر جشنواره، بوستر تئاتر، بوستر تجاری، بوستر فرهنگی، بوستر سینما، بوستر ورزشی، بوستر سیاسی، بوستر مذهبی، بوستر اجتماعی و... اگر چه ممکن است این گونه دسته‌بندی چندان دقیق و قابل تکیه نباشد اما کارکرد خاص خودش را دارد.

وجه مذموم این دسته‌بندی یکی آن است که هرگونه‌ای از بوستر، حتی تجاری و ورزشی و یا سیاسی، فرهنگی است و باید به چنین وجهی در مسیر طراحی توجه کافی شود. این در حالی است که دسته‌بندی مذکور، بوستر فرهنگی را از بقیه جدا می‌سازد.

وجه مثبت این دسته‌بندی آن است که حداقل در حین آموزش بوستر به کار می‌آید. مثلاً در بوسترهای تجاری عناصر تصویر و حتی تصویر عکاسانه بیش‌تر به کار می‌آید. درحالی‌که در بوسترهای مذهبی عناصری چون نوشتار و یا تصویرسازی‌های غیرعکاسانه در اغلب اوقات به کار گرفته می‌شود. این ویژگی‌ها اگر چه مطلق نیست اما خبر از تفاوتی ماهوی در این دو گروه بوستر می‌دهد. پس در مراحل، به کار آموزش آکادمیک و یا طراحی بوسترهای متعارف می‌آید.

ریچارد هولیس نویسنده‌ی کتاب مهم «تاریخ مختصر طراحی گرافیک» در مقدمه‌ی کتابش می‌گوید: آثار گرافیکی سه نقش اصلی دارند. یکی «هویت‌نمایی یا شناسایی» دیگری «اطلاع‌رسانی یا آموزش» و سومی «عرضه، نمایش و تبلیغ».

نقش اصلی پستر در میان این سه کارکرد، عرضه و تبلیغ است. به نظر من توجه به چنین نقشی در شناخت ویژگی‌های پستر به طراح کمک می‌کند. اگر چه پسترها وظیفه اطلاع‌رسانی و حتی هویت‌نمایی را هم بر عهده دارند. اما کار اصلی آن‌ها نمایش و تبلیغ است. به این معنی که در پسترها همیشه گونه‌ای ارتقا، تأکید، اغراق و از این قبیل وجود دارد، که لزوماً در اطلاع‌رسانی یا هویت‌نمایی نیست. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه‌ی پستر، یعنی تجاوز بصری از همین جا ناشی می‌شود.

د) تصور می‌شود برای پدیدارشناسی پستر اشاره‌ای به آموزش پستر در کلاس‌های آقای شیوا مفید باشد. به نظر من اولین سؤالی که در کلاس‌های پستر آقای شیوا به آن پاسخ داده می‌شود این است که اصولاً پستر چیست؟ یعنی به گونه‌ای ضمنی در لابه‌لای اولین تمرین‌ها قرار است دانشجو، ویژگی‌های رسانه‌ای پستر را درک کند. (برای مطالعه‌ی بیش‌تر در مورد واژه‌ی بسیار مهم Design (طرح، طراحی) در دنیای گرافیک، به ویژه‌نامه‌ی شماره ۱۹ فصل‌نامه‌ی حرفه‌ی هنرمند رجوع شود). یک پستر از لحاظ زیبایی‌شناسی چه ویژگی‌هایی دارد مسئله‌ای است که در سراسر کلاس تا پایان دوره به آن توجه خاص می‌شود.

دومین نکته‌ی مهم در کلاس اهمیت تأثیر گذاشتن بر مخاطب است. قباد شیوا معتقد است که برای یک اثر گرافیکی و از آن میان پستر یک ملاک ارزیابی اصلی، تأثیر گذاشتن بر مخاطب و در نظر داشتن فرهنگ اوست. این نگاه مرا به یاد جمله‌ای می‌اندازد که احتمالاً از مقدمه‌ی یکی از کتاب‌های Glaser, Milton خواندم: «یک پستر بهتر است تأثیر گذار باشد تا

از رهگذر همین اصل است که سومین نکته‌ی ممیزه‌ی کلاس‌های پستر شیوا شکل می‌گیرد. ترجیح دادن پسترهایی که زبان ایوانی‌تر و کم‌تر تقلیدی دارند. چهارمین توجه شیوا به روحیات شخصی و توانایی‌های هر دانشجویست. این که چه کاری را چه کسی به‌عهده می‌گیرد، یکی از نکاتی است که به تلویح در کلاس‌های پستر به آن توجه می‌شود. شاید بتوان گفت انتظارات ایشان از دانشجویان مختلف، مختلف است.

چیزی که به تکرار در کلاس‌های آقای شیوا می‌توان شنید این است: ایده‌ی مهم‌ترین بخش هر کار گرافیک است و انتخاب فرم و شکل زیبا و یا به قول ایشان گرافیک خوب نکته‌ی لازم، اما ثانوی محسوب می‌شود. آن‌چه باید بیش‌تر نگرانش باشیم داشتن ایده‌ی قابل دفاع و قابل توجه است.

از رهگذر توجه به این اصل است که ششمین نکته ممیزه‌ی کلاس‌های پستر، شکل می‌گیرد. اصل قراردادن کامپیوتر و یا به اصطلاح کامپیوتر زده نبودن اثر. بدون آن که در کلاس‌های آقای شیوا با کامپیوتر تعارضی وجود داشته باشد؛ تلاش بر این است که در آثار دانشجویان، ایده بیش‌تر از تکنیک و کامپیوتر دیده شود. او درجایی گفته‌بود: «کامپیوتر یک ابزار اجرایی بسیار عالی است اما اگر بخواهد جای فکر را بگیرد، از و با هم بدتر است.»

ها اگر چه بیش از یک قرن از همه‌گیر شدن پستر به معنای امروزی‌اش در جهان می‌گذرد و ما شاهد اهمیت روز افزون این رسانه‌ی ارتباطی در جهان بوده و هستیم. اما چیزی که در دهه‌های اخیر در پستر سازی نقاط مختلف جهان دیده می‌شود، گونه‌ای از خودآگاهی فرهنگی در طراحان پستر است. به این معنا که امروزه پستر سازان جهان به فرهنگ، ملیت و ویژگی‌های بومی

توجه خاص دارند. سربرآوردن مکاتب پسترسازی مختلفی چون پستر کویابی، پستر لهستانی، پستر ژاپنی، پستر فرانسوی و... نشانه‌ی این خودآگاهی جدید است.

باوجود این توجه جهانی به پستر، حضورش در ایران چندان جدی و حیاتی به نظر نمی‌رسد. امروزه سفارش دهندگان ایرانی برای تبلیغ تلویزیونی، آگهی مطبوعاتی، حتی بیلبرد و اوراق اداری بیش‌تر از پستر استفاده کرده‌و برای آن اهمیت قائل‌اند. قصد من در این جا آسیب‌شناسی نیست اما می‌خواهم نوشته‌هایم را با یک سؤال قابل تأمل به پایان رسانم. اگر مکاتب گرافیکی جهان غالباً از رهگذر ویژگی‌های رسانه‌ی پستر تفکیک می‌شوند، یکی هم به آن دلیل است که پستر در میان آن کشورها از اهمیت و کارکرد عینی برخوردار است.

حال سؤال این است: چگونه ممکن است در کشوری مثل ایران که پستر نه در خیابان جای نصب دارد و نه در امر مخاطبه به کار جدی می‌آید، مکتب پسترسازی ویژه و یا در خور توجهی شکل بگیرد؟ به اعتقاد من اگر پستر کارکردی بیش از این که امروز در ایران دارد، پیدا نکند و در حد نمایشگاه و بی‌نیال و... محدود شود؛ مکتب اصیل گرافیک ایرانی به وجود نمی‌آید و اگر هم چیزی شکل بگیرد، بدون پستر یک پایش کوتاه‌تر است.

کمی درباره آقای شیوا

یکی از افتخارات من این است که مقدمه‌ی کتابی را که AGI از منتخب آثار قباد شیوا منتشر کرده‌است، نوشته‌ام. در آن‌جا تا حدودی درباره‌ی آقای شیوا نظراتم را گفته‌ام، اما در این جا با زبانی دیگر چند نکته را یادآور می‌شوم:

الف) تا جایی که سواد من قد می‌دهد، در گفت‌وگوهای رسانه‌ای هنر امروز دنیا، اقتدار تا حد زیادی از فرستنده (هنرمند) گرفته شده و در عوض به نقش مخاطب (گیرنده) در فرایند ارتباط توجه شده است.

نگاه کنید به «مرگ مؤلف» رولان بارت یا «زیبایی شناسی سکوت» سوزان سونتاگ و... این مخاطب محور بودن که یکی از ویژگی‌های گفتمان معاصر جهان هنر است، خصوصیت آثار قباد شیوا هم هست. آثار او بر خلاف تولیدات خیلی از طراحان گرافیک مطرح امروز ایران، خود محور نیستند و به همین سبب با روح زمانه هماهنگی ویژه‌ای دارند. فرمالیسم سطحی و یا به اصطلاح شیک بازی، که از عوارض خود محور بودن است، در آثار قباد شیوا دیده نمی‌شود. برای او و طراحانی چون او فرم همیشه متناسب با موضوع و مخاطب معلوم، انتخاب می‌شود نه بر اساس اگزوتیسیسم صرف و یا چیزهای دیگری از این قبیل.

ب) متأسفانه برخی از طراحان گرافیک جوان و غیرجوان ایران به جای این که قدر معلم، همکار و هنرمندی چون شیوا را بدانند کبک‌وار از آموزه‌های او، که آموزه‌هایی من درآوردی هم نیستند. روی برمی‌گردانند. من این را ویژگی نسلی می‌دانم که بدون تعارف بدسلیقه و سطحی تربیت شده است.

ج) قباد شیوا، به عنوان معلم اگر چه از مشکلات گریبان گیر آموزش در جهان سوم کاملاً رها نیست؛ این ویژگی را دارد که دنبال آموزش به هدف اظهار فضل و دادن آرای من درآوردی نیست. منطق و هدفمندی عینی دو عاملی است که در محیط آموزش گرافیک ایران، کم تجربه می‌شود. این نقطه‌ی ضعف در کلاس شیوا کم‌تر دیده می‌شود.

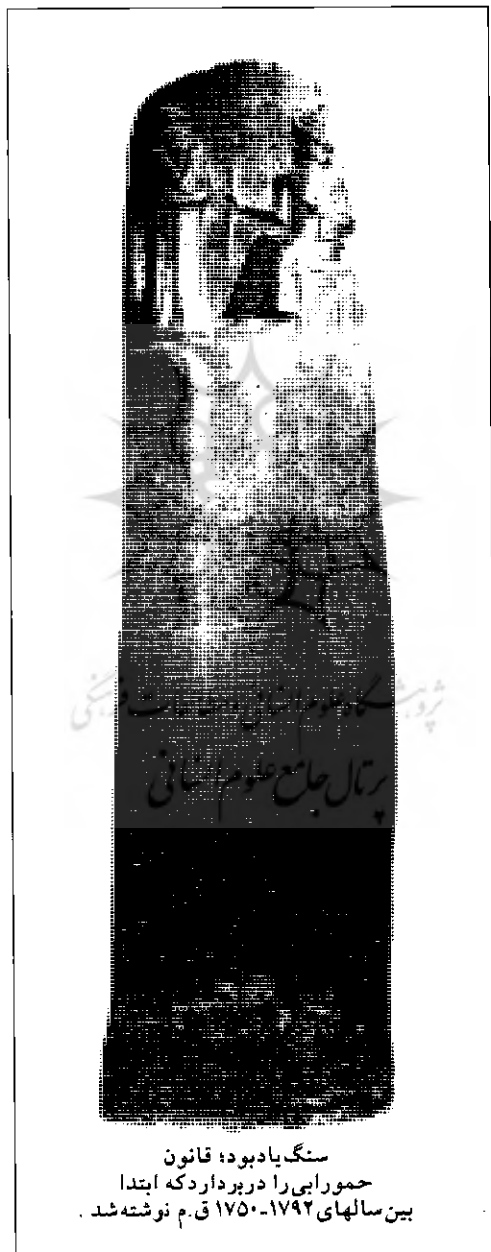
بنیاد فکری برنامه‌های آموزش گرافیک در کلاس‌های قباد شیوا را تا آن‌جا که من فهمیده‌ام، تأثیر متعالی گذاشتن بر مخاطب، که همانا هدف اصلی هر دیزاین اندیشمندانه است، تشکیل می‌دهد.

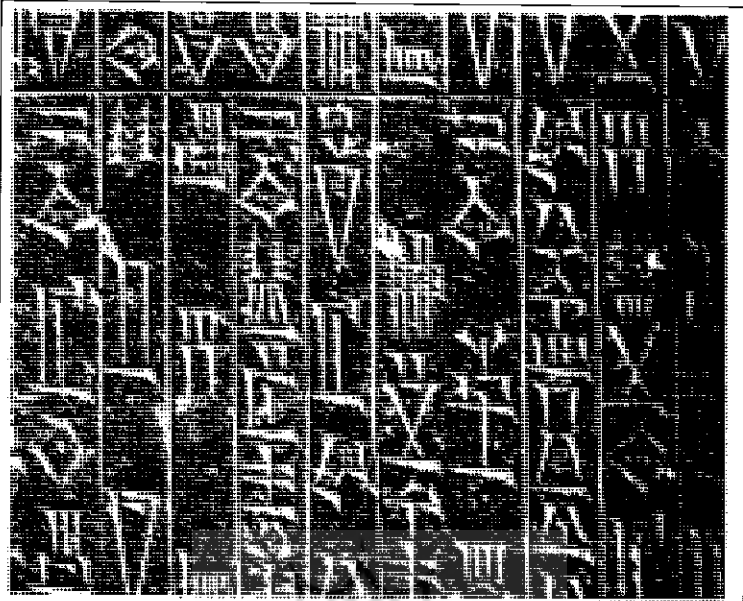
نکته‌ی کلیدی در استفاده از کلاس‌های آقای شیوا این است که اطلاعات اصلی را باید در گفته‌های گاه داستان گونه‌ی ایشان در مورد تمرین‌های هنرجویان جست‌وجو کرد. در کلاس‌های قباد شیوا مسئولیت با خود هنرآموز است که فکر کند و بیش‌تر و بیش‌تر کار کند و از میان نقطه نظرهای معلم به اختیار چیزهایی یاد بگیرد. چرا که او همیشه برای بهتر شدن طرح‌های اندیشیده شده‌ی هنرجویان ایده‌ای دارد و اگر هنرجویی در این کلاس‌ها منتظر گرفتن فرمولی یا مسیری از پیش آماده برای طراح شدن باشد به نتیجه نخواهد رسید.

برای کسانی که امکان استفاده از مدرسه‌های معتبر دیزاین جهان را ندارند و ناگزیرند به آموزش در ایران اکتفا کنند، کلاس‌های قباد شیوا، اگر نه تنها راه بلکه یکی از معدود راه‌هایی است که باید تجربه شود.

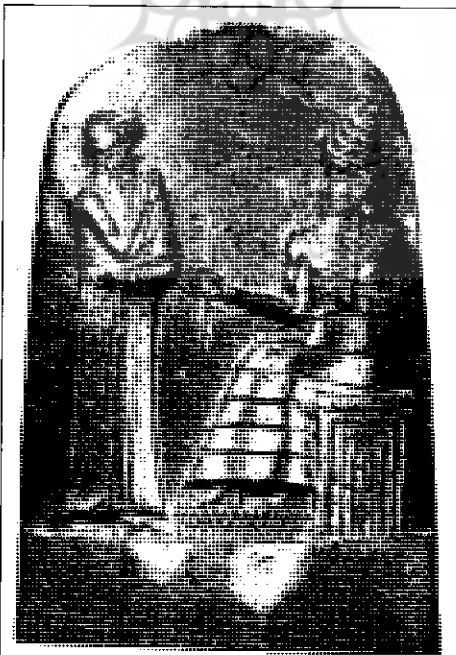
(د) از میان نکاتی که از آقای شیوا آموخته‌ام دو چیز را نقل می‌کنم: اولی را ایشان در پاسخ به هنرجویی گفت که پرسید: چه کنیم که کارمان ایرانی شود؟ جواب این بود: «هر وقت احساس کردی کارت شبیه کار طراحان دیگر شده‌است، آن را پاره کن و دوباره شروع به طراحی تازه کن. این کار را تا زمانی ادامه بده که احساس کنی کارت شبیه کار کسی دیگر نیست. آن وقت می‌توانی امیدوار باشی اثری که طراحی کرده‌ای هم ایرانی باشد و هم

شخصی.» دومی را آقای شیوا در جواب هنرجویی گفت که پرسید: ایده را از کجا بیاورم؟ پاسخ ایشان این بود «از کوزه برون همان تراود که در اوست.»

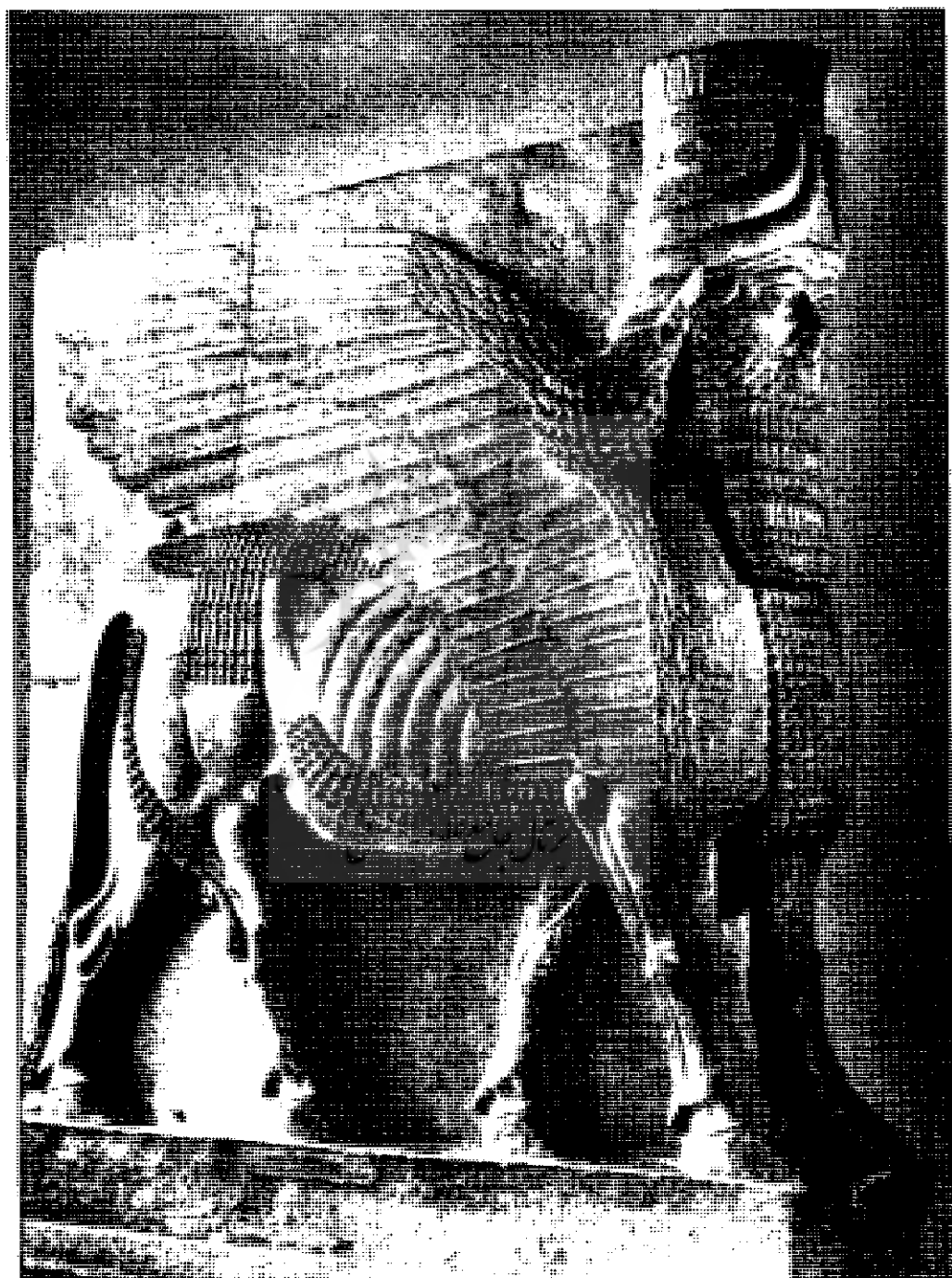


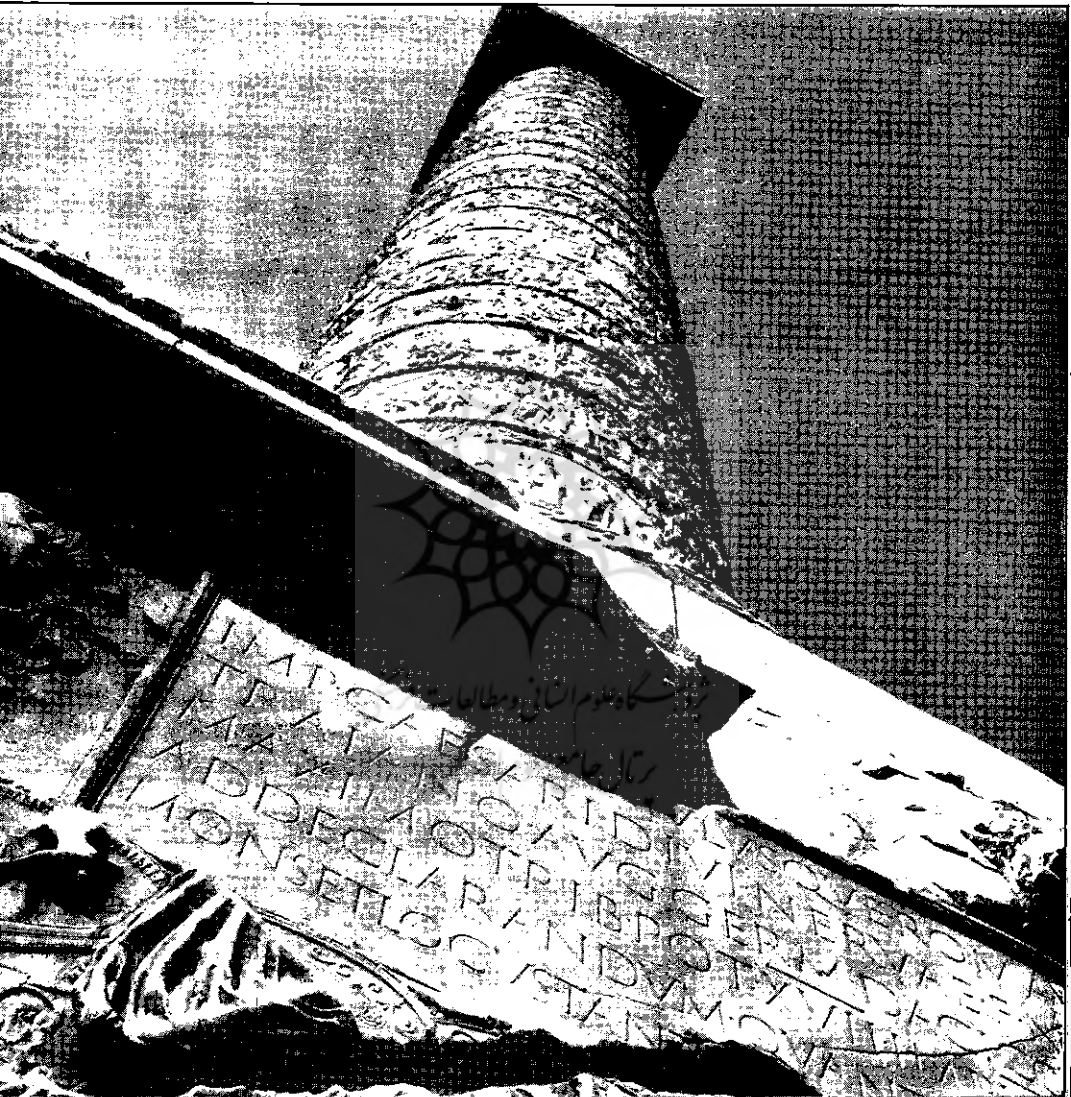


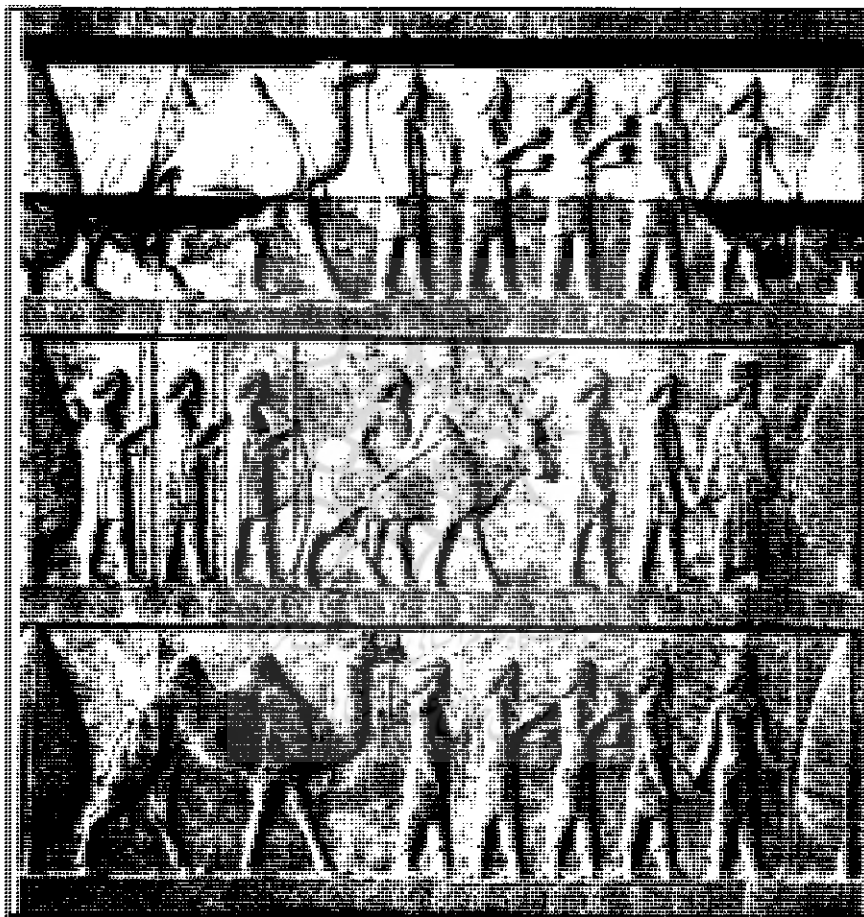
جزئی از قانون حمورابی، سال ۱۸۰۰ ق.م.

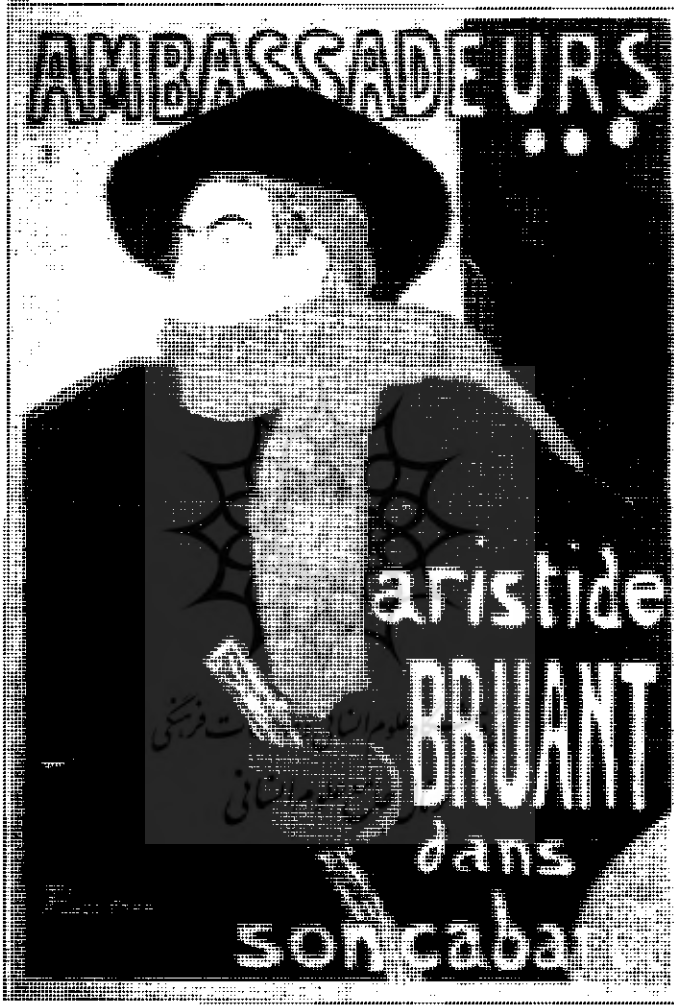


۴۷ بخش بالای لوح سنگی قانون نامه
حمورابی، شوش، حدود ۱۷۶۰ ق.م.
بازالت، بلندی تمام لوح تقریباً ۲۲۰
سانتی متر. موزه لور، پاریس.











PRINCESS'S THEATRE, OXFORD STREET.

Lessee, Mr. J. M. MADDOX, Oxford Street.

THE NEW DRAMA OF
 **DON CAESAR DE BAZAN,**

TO-NIGHT **TUESDAY**

MR. WALLACK

His appearance in the part of Don Caesar de Bazan, in the new drama, will excite the curiosity of the audience. **TU-NIGHT**

FIFTH APPEARANCE IN THIS COUNTRY OF
MADemoISELLE

CAROLINE ROUSSET,

Madlle TERESINE,

AND Mons. J. ROUSSET,

All of whom have met with the most decided success.

This Evening, THE END OF THE DRAMA, October 10th, 1831,
Will be presented, (for the SECOND TIME,) a New Drama in Three Acts, entitled

DON CAESAR DE BAZAN.

WITH NEW SCENERY, DRESSES, AND APPOINTMENTS.

THE WOMAN IN WHITE



OLYMPIC THEATRE

CHAMPFLEURY - LES CHATS

DEUXIEME EDITION AVEC 52 DESSINS



DEUXIEME EDITION AVEC 52 DESSINS

Un volume illustré, Prix 5 Francs
En Vente ici.

مطالعات فرانسوی
کتابخانه

