



به شکوفه‌های شکفته از خون شهیدان سوگند  
که پاسدار میراث مبارکشان خواهیم بود.

۲۲ بهمن سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی  
حوزه اندیشه و هنر اسلامی

اعلان ۲۲ بهمن سالگرد پیروزی  
انقلاب اسلامی اثر مرحوم ابوالفضل  
عالی



## شناسایی مولفه های گرافیک مدرن و معاصر ایران

رامک مولایی نیا \*

### چکیده

گرافیک در دنیای امروز از طریق رسانه اینترنت در تمام جهان سیر می کند و طراح به یاری چنین رسانه ای می تواند از اندیشه و دست آوردهای طراحان سراسر دنیا آگاه شده، به تعامل با آن ها بپردازد و تاثیر پذیر و تاثیر گذار باشد. دنیای گسترده رسانه ها باعث شکل گیری تحولات بسیاری در گرافیک امروز ایران نیز شده که اشاره به برخی نکات آن در شناخت هرچه بهتر گرافیک امروز لازم به نظر می رسد. از سوی دیگر گستردگی موضوعات فرهنگی، هنری، سیاسی، تجاری، اجتماعی و اعتقادی تنوع قابل توجهی به آثار امروز بخشیده است.

مخاطب گرافیک در دهه های بیست تا چهل تنها اختصاص به قشر محدودی از جامعه داشت و اغلب محدود به سفارش های دولت و محافل روشنفکری می شد. این جریان با شروع انقلاب اسلامی، به خیابان و میان مردم کوچه و بازار آمده و در این میان بهره گیری از پیشینه تاریخی و هنری ایران زمین همواره مورد توجه طراحان بوده و صرفاً به استفاده از نقش مایه ها و عناصر بومی اکتفا می نمودند. این نوع نگرش در سال های بعد از پیروزی انقلاب اسلامی باعث نمود تفکر و هویت ایرانی در آثار گرافیکی امروز شده و امروزه گرافیک در تمام شئون جامعه جریان دارد.

بدیهی است تحول ابزاری و ظهور رایانه و اینترنت در عرصه گرافیک باعث دگرگونی بسیاری در تاریخ این هنر شده است. در هر حال عرصه های محدود دیروز به عرصه های گسترده و بی انتها برای حضور این هنر تبدیل شده است: طراحی برای تابلوهای تبلیغاتی بزرگ و کوچک (بیلبردها)، بدنه اتوبوس ها، فضای داخل متروها طراحی صفحات وب، نرم افزارهای چند رسانه ای (مولتی مدیاها) و بازی های رایانه ای.

### واژگان کلیدی

طراحی گرافیک، مدرنیسم، معاصر، پست مدرنیسم.

### مقدمه

هنرگرافیک در ایران از سال های ۱۳۰۰ با حضور طراحان مهاجری که با دایرکردن کارگاه های تبلیغاتی به فعالیت در این زمینه می پرداختند شروع شد. به تدریج حرکت هایی در این زمینه صورت گرفت که بیشتر جنبه اطلاع رسانی برای عموم داشت و البته بسیار محدود و در عرصه ای تنگ به حیات خود ادامه داد. از دهه بیست هجری این هنر با حضور هنرمندانی چون محمود جوادی پور و هوشنگ کاظمی دچار تحولاتی شگرف شد و عرصه گسترده ای را به خود اختصاص داد. (تصاویر ۱ تا ۴)

تلاش وجست و جویهای طراحان که البته بیشتر آن ها با پیشینه نقاشی وارد این حرفه شده بودند زمینه ساز شکل گیری حرکت گرافیک مدرن در ایران شد. (تصاویر ۵ و ۶)

گرافیک مدرن ایران، همچون سایر جریان های هنری دیگر که بر اساس شرایط و نیازهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه شکل گرفته و با صعود و نزول هایی هم همراه بود مولفه های ویژه ای دارد که هر یک با دوره دیگر متفاوت است. در یک نگاه کلی می توان چهار دوره زمانی برای گرافیک ایران در نظر گرفت که عبارت است:

- ۱- گرافیک مدرن ایران (دهه ۱۳۲۰ تا ظهور انقلاب اسلامی)
  - ۲- گرافیک پس از پیروزی انقلاب اسلامی (دوران انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی)
  - ۳- گرافیک دیجیتال (اواخر دهه ۱۳۶۰ تا پایان دهه ۱۳۷۰)
  - ۴- گرافیک عصر رسانه ها و ارتباطات (دهه ۱۳۸۰)
- ذکر این نکته ضروری است برخلاف پیشینه چندین ساله طراحی گرافیک در ایران، پژوهش چندانی در این زمینه صورت نگرفته و منابع موجود محدود به مجموعه آثار دوره های مختلف طراحان، یا مقالات و سخنرانی ها چاپ شده در این زمینه می شود.

در این مقاله سعی شده به پرسش هایی در رابطه با تاثیرپذیری گرافیک مدرن ایران از غرب و تمایز آن دو از یکدیگر، تاثیر زمینه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بر گرافیک ایران، جایگاه سنت و هویت در طراحی گرافیک امروز ایران و نیز تحولات ابزاری در این عرصه پاسخ داده شود.

طراحی گرافیک مدرن ایران اگرچه تحت تاثیر مدرنیته غربی است، اما مولفه ها و نگرش هنرمندان ایرانی، آن را متمایز از گرافیک مدرن غرب نموده است. در دهه اخیر نیز گرافیک ایران با رشد کمی و کیفی خود توانسته هنری ایرانی، نه به معنای سنتی، بلکه به معنای هنری یا هویت مستقل و بومی و متعلق به ایران معاصر به



تصویر ۱- هوشنگ کاظمی، نشانه انتشارات جیبی

سازمان جلب سیاحان



تصویر ۲- کاظمی، نشانه سازمان جلب سیاحان



تصویر ۳- محسن مقدم، نشانه دانشگاه تهران



تصویر ۴- جلیل ضیاءپور، نشانه وزارت فرهنگ و هنر



غرب است، لذا نمود آن در گرافیک ایران نیز ناشی از تأثیرات نگرش غربی است که در کشور ما شکلی جدید به خودگرفته اما دارای ویژگی هایی است که آن را از گرافیک مدرن غربی متمایز می سازد. از دهه بیست به بعد طراحان باتاثر پذیری از هنر ایرانی و هنر غربی به خلق آثاری نوین پرداختند. تأثیر نگرش غربی در گرافیک ایران، تا شکل گیری گرافیک در آغاز انقلاب اسلامی ایران ادامه داشت .

با وقوع انقلاب اسلامی و شکل گیری شیوه دیگری از نگرش و تفکر، رویکرد به جریان های غربی کنار گذاشته شده و به گونه ای ضد ارزش شناخته شدند. با پیروزی انقلاب اسلامی و در پی آن آغاز جنگ تحمیلی عراق علیه ایران ، طراحان به فراخور تحولات اجتماعی و سیاسی جامعه به تدریج نگرش مدرن غربی را کنار گذاشته و به مسائل اجتماعی، سیاسی و پیامد آن در سال های بعد به ویژه ارزش های دینی و انقلاب توجه نشان دادند. (تصاویر ۱۰ و ۱۱)

طراحی گرافیک در نخستین سال های پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در محافل عمومی ، مردمی و عامیانه بود و در محافل روشنفکری تحت تأثیر نگرش های چپ گرایانه قرار داشت. (تصویر ۱۲)

نگرش و شیوه های مدرنیستی که در پوسترهایی قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ، به خصوص و در سال های آغازین آن با نگرش ضدامپریالیستی طراحی می شد همچنان نمود داشت. (تصاویر ۱۳ و ۱۴ و ۱۵)

اگرچه در آن سال ها برخی از مولفه های پیشین- همچون حضور نمادگرایی و بهره گیری از نقش مایه های ایرانی و اسلامی- همچنان تداوم یافت ، اما بسیاری از اصول و مبانی گرافیک مدرن همچون ساده گرایی، خلاصه گویی و انتزاع دیگر جایی در ترکیب ها نداشتند. به همین ترتیب گرافیک در این دوران از فرم گرایی فاصله گرفته و توجه به محتوا و مضمون در اولویت کار هنرمندان قرار داشت . از طرفی بنا به ضرورت موضوعی ، شرایط اجتماعی و سیاسی آن دوران که به نوعی متأثر از گرافیک و نقاشی سایر انقلاب های جهان بود. البته به شیوه ای متفاوت روایت گری و واقع گرایی در آثار طراحان مورد توجه قرار گرفت و انتقال مفهوم و پیام را بر عهده داشت . تأکید طراحان انقلاب اسلامی بر تصویر و تصویرگری نیز نکته قابل توجهی است. طراحان اغلب از حروف و نوشتار به منظور بیان پیام خود استفاده می کردند، و این صرفاً با هدف بهره گیری از زیبایی شناسی نبود. (تصاویر ۱۶ و ۱۷) در حالی که پیش از این، بار زیبایی شناسی و مفهومی اثر به نسبت مساوی بین تصویر و نوشته تقسیم شده بود .

یکی از مهم ترین مولفه های با اهمیت در طراحی گرافیک پس از انقلاب اسلامی را می توان گرایش به

جایگاه قابل توجهی ارتقاء دهد.

تحولات صورت گرفته در تاریخ گرافیک ایران نیز همچون سایر هنرها ریشه در شرایط و مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد از طرفی تحولات ابزاری در عرصه ی گرافیک نیز منجر به شکل گیری نگرشی متفاوت در میان طراحان شده است.

در این مقاله پس از آشنایی با گرافیک ایران و بررسی تحولات و دگرگونی های این عرصه و نیز شناسایی عوامل و بسترهای تأثیرگذار در این زمینه، به بررسی رده بندی این تحولات در طول چند دهه اخیر پرداخته شده است.

طراحی گرافیک ایران از آغازین سال های خود و در دهه بیست تا به امروز تحولاتی شگرف را پشت سر گذاشته و شیوه های متفاوتی را نیز تجربه کرده است، به گونه ای که شاید بسیاری از مولفه های امروز آن هماهنگی چندانی با شیوه های پیشین ندارند. پس از بررسی دیدگاه های هنرمندان گرافیت انقلاب و تحلیل آثار هنری این سال ها، و تحولات ناشی از کاربرد رایانه در طراحی ، گرافیک دهه هفتاد ایران مورد بررسی قرار می گیرد .

در ادامه نیز به گرافیک دهه هشتاد ، در عصر گسترش رسانه ها و دنیای پست مدرن اشاره می شود. گرافیک ایران در ده سال اخیر با وجود رسانه های گوناگون و تعامل با فرهنگ و هنر دیگر کشورها نگرشی جهانی را در خود جای داده است . در کنار این نگرش جهانی به دلیل اندیشه کثرت گرایانه عصر پست مدرن ، مکاتب و جریان های بومی و ملی نیز در آن جای دارند.

هنر گرافیک ایران در دهه بیست متأثر از حرکت مدرن گرافیک غرب شیوه ای خاص را دنبال می کرد. در واقع با بررسی و تحلیل گرافیک مدرن غربی و تطبیق مولفه های ویژه آن با گرافیک ایران به تأثیرات برگرفته از نگرش مدرن غربی در طراحی گرافیک دهه بیست پی می بریم. خلق ایده های مدرن و جدید، کنار گذاردن رویکردهای آکادمیک مانند هاشور زدن و بهره گیری از تصاویر واقع گرا و جایگزینی نگرش انتزاعی گواه این موضوع است . در سال های اخیر گرایش به سادگی در کارها غالب گشته و طراحان می کوشند، شکل های ساده ، بدون ابهام و پیچیدگی ، مفهوم خود را تصویر کنند. (تصاویر ۱۷ و ۱۸)

هنرمندان فناوری روز را در جهت خلق آثاری جدید و مدرن به کار می گیرند. پیشرفت های چشمگیر در زمینه تفکیک رنگ ها ، بهره گیری از چاپ رنگی در ایران و نیز هم گامی با گسترش عکاسی بر تلاش این طراحان برای برقراری ارتباط بین هنر و صنعت تأکید می کند. (تصویر ۹)

از آن جا که عصر مدرن و گرافیک زاینده فرهنگ





تصویر ۷-فرشید متقالی، اعلان نمایشگاه ۱۳۵۵



تصویر ۵-هوشنگ کاظمی، اعلان جلب سیاحان

لوازم و کالاهای خارجی نوع گرافیک و طراحی آن ها در کشور باعث رونق دوباره فعالیت های تجاری شد. (تصویر ۱۹)

از طرف دیگر ظهور رایانه در دهه هفتاد تأثیرات قابل توجهی در زمینه طراحی گرافیک بر جای گذاشت و عرصه های متفاوتی برای ارائه توانایی های هنر گرافیک ایجاد کرد که پیش از این امکان پذیر نبوده است. (تصویر ۲۰)

از اوایل دهه هفتاد به تدریج نگرش مدرن غربی در آثار گرافیک ایران کاسته شد اما با شکوفایی عصر دیجیتال در این هنر، دوباره طراحان به تعامل و نزدیکی

مردمی شدن این هنر عنوان کرد. (تصویر ۱۸)

در این پوستر تأثیرهای چندگانه ای دیده می شود که در اثر حضور دارد. مشت گره کرده همان نماد جنبش حقوق مدنی آمریکایی است که با نمادی از ادبیات فارسی یعنی گل لاله تلفیق شده است. (Balaghi, 2002) & Gumpert

با خاتمه جنگ تحمیلی و تغییر اوضاع سیاسی اقتصادی جامعه و نیز تبدلات فرهنگی و رشد و گسترش فناوری های جدید، گرافیک ایران هم دستخوش دگرگونی شد. این در حالی بود که برخی تجربه های عصر مدرن و گرافیک انقلاب همچنان تداوم داشت. از طرفی ورود



تصویر ۶- مرتضی ممیز، طراحی پلاکات سینمایی



تصویر ۹- محمود جوادی پور، اولین آزمایش موفقیت آمیز چاپ رنگی از طریق تفکیک رنگ ها به وسیله ی دوربین عکاسی، اگست، ۱۳۲۳

نیز عنصرهای طراحی امروز ایران را در کنار هم شکل نوینی از طراحی گرافیک معرفی می کند که تنها متعلق به ایران است و به گونه ای متفاوت از سایر ملل به مسیر خود ادامه می دهد. (لوکرنگ، ۱۳۸۶)

یان رایلیش، «Jan Rajlich» یکی از طراحان جمهوری چک نیز نقش مایه های تصویری، حروف و خوشنویسی فارسی را وجه تمایز آثار کشور ایران می داند و در برخورد با جزییات، طراحی گرافیک ایران را از سایر شیوه ها متمایز می کند. (یان رایلیش، مصاحبه پیرامون طراحی گرافیک و سبک ایرانی، ۹ اردیبهشت ۱۳۸۶)

همچنین مونیکا نانینی، «Monica Nannini» هنرمند ایتالیایی وجه تمایز گرافیک ایران با سایر کشورها را در طراحی حروف و خط ایرانی عنوان می کند (Nannini, www.design, viewpoints.com)

اگرچه در ابتدا طراحان ایرانی مجذوب آثار گرافیکی مدرن پیشرفته کشورهای غربی بودند اما موفق شدند با تکیه بر هویت ملی خود راه هایی بیابند که به نیازهای مخاطبان جامعه خویش نیز پاسخ دهند. (تصاویر ۲۱ تا ۲۳)

طراحانی که با عصر دیجیتال همراه و هماهنگ شده بودند، امروز با تحقیق و پژوهش پیرامون اصول و مبانی طراحی گرافیک و نیز با بررسی مشخصه های هنر ایرانی و بهره گیری از ابزارها و فناوری روز، تجربه های چند ساله خود را در زمینه خلق آثاری ناب و برخوردار از اصالت و فرهنگ ایرانی به کار می گیرند و آثاری را پدید می آورند که بسیار متفاوت از تاریخ گرافیک ایران است. (تصاویر ۲۴ و ۲۵)

طراحان ایرانی امروز دیگر بخشی از این جامعه جهانی شده اند و به خوبی می دانند که بهره گیری ناآگاهانه از دستاوردهای این جنبش نه تنها کمکی به



تصویر ۸- قباد شیوا، اعلان رستال پیانو، ۱۳۵۲

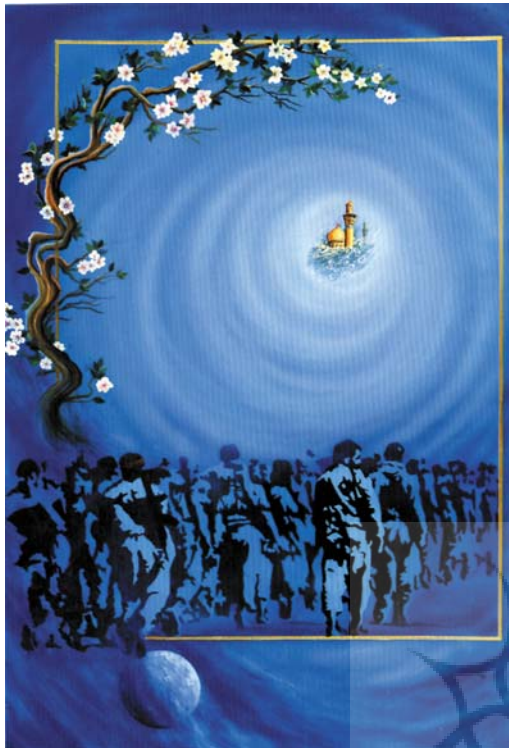
با گرافیک غربی رو آوردند.

در واقع چند سال پس از انقلاب اسلامی و با گسترش رایانه و نرم افزارهای جدید باردیگر نوعی فرهنگ طراحی غربی شکل گرفت، با این تفاوت که طراح ایرانی با درهم آمیختن خلاقیت و اصالت خویش با شیوه و فناوری غربی، در کنار سنت و فرهنگ ایرانی جریانی نوین را پایه ریزی نمود.

از اواخر دهه هفتاد به بعد تحولی شگرف در طراحی گرافیک ایران را شاهد هستیم. همان جریانی که طراحی گرافیک جهان را متحول نمود به طور غیر محسوس و گاه نیز غیر مستقیم گرافیک ایران را نیز تحت تاثیر خود قرار داد.

به دلیل نوع نگاه طراحان ایرانی به هنر ملی خود و تلاش آن ها در جهت هماهنگی با طراحی گرافیک معاصر دنیا، گرافیک امروز ایران همانقدر که جهانی، معاصر و روزآمد است از هویت ایرانی، نیز برخوردار است. به واسطه وجود چنین جریانی در گرافیک ایران، بسیاری به طور خاص، نام طراحی گرافیک ایران را به عنوان سبک و شیوه ای متمایز از سایر کشورها به کار می برند. آلن لوکرنگ، طراح معاصر فرانسوی، به عنوان یکی از مدافعان این نظریه، به طور کلی فضای رایج در آثار طراحان امروز را، آرمان شهری می داند که خاص فرهنگ ایرانی است. وی تمامی مولفه ها و





تصویر ۱۱- احمد آقا قلی زاده، دفاع مقدس



تصویر ۱۰- محمد رضا قادری، دفع تجاوز



تصویر ۱۳- اعلان روز جهانی کارگر



تصویر ۱۲- اعلان های گروه های مختلف بر دیوارهای سطح شهر، ۱۳۵۷

ارتقای سطح کیفی آثار آن ها نخواهد کرد بلکه از آنان تنها مقلدانی خواهد ساخت که آثارشان نه خلاقانه است و نه هنرمندانه. این هنرمندان با پشتوانه چندین سال طراحی گرافیک در ایران و با آگاهی و استفاده از امکانات جدیدتر و دستاوردی نوین در عرصه فناوری و ویژگی هایی که این ابزار در اختیار آن ها قرار می دهد با گستره وسیع تری از جهان گرافیک آشنا می شوند.

از طرفی ایران نیز در نتیجه گسترش رسانه ها، شاهد تاثیراتی برگرفته از جریان پست مدرن غربی در گرافیک خود است. این نگرش با فاصله زمانی کوتاه نسبت به ظهورش در غرب، به ایران نیز نفوذ می کرده



تصویر ۱۶- اعلان بیست و دوم بهمن، ابوالفضل عالی



تصویر ۱۷- اعلان نمایشگاه حوزه هنری، سید حمید شریفی آل هاشم

آور، و ماهواره ها با قدرتی کارآمد، ارتباط بین افراد قاره ها و را برقرار می سازند. در واقع طراحی گرافیک



تصویر ۱۴- اعلان ضد امپریالیسم



تصویر ۱۵- حج خونین، محمد فدوی

است. با حضور در عصر رسانه ها و دنیای پست مدرن به نظر می رسد طراحی گرافیک ایران نیز متأثر از این نگرش مشخصه هایی دارد که آن را هنری جهانی معرفی می کند.

دهه هشتاد در ایران، عصر رسانه ها است. روزگار روبه روشن شدن با شبکه های رایانه ای، منابع اطلاعاتی و ماهواره ها است. در این میان حتی رسانه های قدیمی نیز متحول شده و همگام با دگرگونی در عصر اطلاعات، عملکردهای خود را به روز می کنند، آن هم در دورانی که مطبوعات در تیراژ وسیع، اینترنت با سرعتی شگفت





تصویر ۲۰- ابراهیم حقیقی، ۱۳۷۱



تصویر ۱۹- جواد پویان، ۱۳۷۳



تصویر ۱۸- مرتضی ممیز، ۱۳۵۸



تصویر ۲۳- بیژن سیفوری، اعلان حکیم رازی



تصویر ۲۲- اعلان همایش تایپوگرافی، ۱۳۸۶



تصویر ۲۱- قبادشویا، اعلان بینال نهم، ۱۳۸۶

کتاب، مجله و یا صفحه آرا دانست. چرا که امروزه طراحان به طور موازی در عرصه های متفاوتی چون طراحی صفحات وب، نرم افزارهای چند رسانه ای (مولتی مدیا) و طراحی تابلوهای تبلیغاتی بزرگ (بیل بوردها) به فعالیت مشغولند.

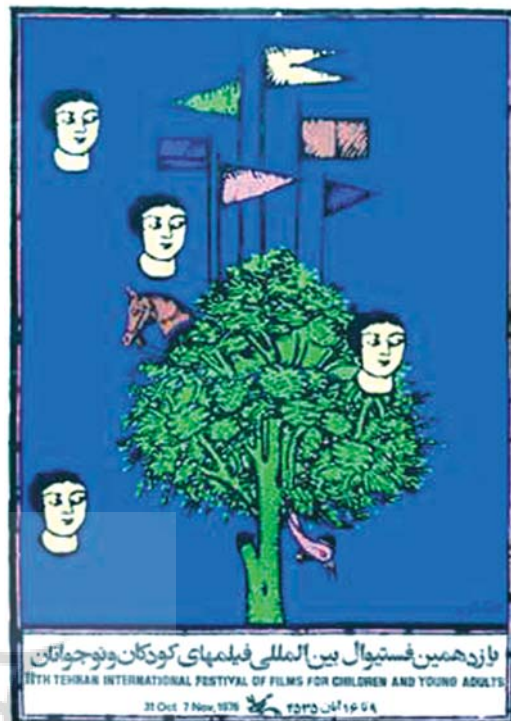
طراحی گرافیک ایران در دهه هشتاد وابسته به دنیای رسانه ها و ارتباطات است و به کمک آن، فرهنگ و سنت ها به راحتی امکان جابه جایی دارند. عصری که مردم آن آگاهانه یا ناآگاهانه متأثر از فرهنگ و سنت های متفاوتی هستند که به واسطه دوران پست مدرن و حضور رسانه ها بر زندگی شان سایه افکنده است. تعامل چند سویه کشورها با فرهنگ نیز ابزارهای شان تأثیرات متقابلی ایجاد می کند. این همان وضعیتی است که گاه نگرانی بحران هویت را به وجود می آورد، چرا که شاید کمتر فرد و یا ابزاری در جهان، دارای هویتی مستقل و بدون تأثیر از سایر فرهنگ ها وجود

ایران در دهه اخیر متأثر از جریان و نگرش هایی است که هم اکنون در سراسر جهان بسط یافته و موضوعی جدا از آن ها نیست. آگاهانه یا غیرآگاهانه، ما هم امروز بخشی از دنیای پست مدرنی هستیم که اگرچه در غرب ظهور یافته اما تأثیر آن تا به ایران نیز رسیده است.

امروزه طراحان با افزایش اطلاعات، شناخت و آگاهی نسبت به مسائل فرهنگی و دستاوردهای هنری جهان و نیز تعامل فرهنگ ها مواجه هستند، به همین دلیل ذهنی پویا و پرازدحام دارند که سعی در به تصویر کشیدن شور درون و ازدحام دنیای برون دارد، چرا که آن ها طراحان امروزی هستند. این روحیه سرشار از شور و هیجان برخی از آن ها را به طراحانی بدل کرده که تنها به یک رسانه تعلق ندارند. مجموعه کاری آن ها به لحاظ زمینه فعالیت هایشان به اندازه طرح های آن ها پر تعداد و دارای تنوع با ارزشی است. در این میان نمی توان آن ها را صرفاً طراح پوستر، نشانه، طراح جلد



تصویر ۲۴ ب- فرشید مقالی - ۱۳۸۰ (بزار رایانه)



تصویر ۲۴ الف- فرشید مقالی، ۱۳۵۵، (پیش از رایانه)



تصویر ۲۵ ب - مرتضی ممیز ۱۳۷۹ (بزار رایانه)



تصویر ۲۵ الف - مرتضی ممیز ۱۳۵۵ (پیش از رایانه)





تصویر ۲۷- مسعود سپهر، طراحی و اجرای الکترونیک حروف فارسی با عنوان یکان



تصویر ۲۶- بیژن صیفوری، روی جلد مجله



تصویر ۲۹- مسعود نجابتی، اعلان جشنواره تجسمی، ۱۳۷۷

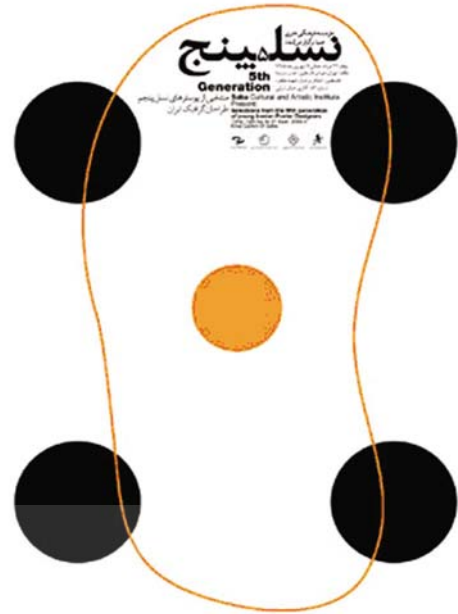


تصویر ۲۸- بیژن صیفوری، اعلان موزه ها





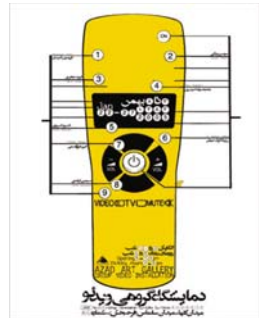
تصویر ۲۱- اعلان ترافیک ، ۱۳۸۶



تصویر ۲۰- پدram حربی، اعلان نسل پنجم ، ۱۳۸۵



تصویر ۲۴- رضا عابدینی، اعلان دو سالانه نهم ، ۱۳۸۶



تصویر ۲۲- اعلان نمایشگاه تصویر ۲۳- اعلان نوزدهمین جشنواره بین‌المللی موسیقی ویدئو فجر ، ۱۳۸۲

داشته است. دنیای معاصر به وسیله رسانه ها و شبکه جهانی اینترنت به یکدیگر متصل شده و با سرعت و سهولت از فرهنگ ، سنت ، جریان ها و شیوه های هنری سراسر جهان تاثیر می گیرند.

این تعامل و نزدیکی باعث شکل گیری بسیاری از مولفه و نگرش های طراحی پست مدرن در گرافیک ایران شده و آن را تحت تاثیر خود قرار داده است.

خواسته یا ناخواسته نگرش و شیوه های غربی بر طراحی گرافیک ایران تاثیر می گذارند. به این دلیل که در عصر ارتباطات این گونه نیست که به صرف حضور تفکر شرقی و یا حتی اسلامی در منطقه ای از برخورد نگرش های مختلف درامان باشیم. شاید حتی گاهی سعی در پرهیز از این نگرش ها داشته باشیم،

اما واقعیت این است که به هر حال جریان های رایج به گونه ای خود را به ما تحمیل می کنند و از بنیادی ترین مسائل تاساده ترین ها تمامی متأثر از نگرشی جهانی می شوند. (تصاویر ۲۶ تا ۳۴)

## نتیجه

طراح گرافیک در دنیای امروز از طریق رسانه اینترنت می تواند از اندیشه و دست آوردهای همکاران خود در سراسر دنیا آگاه شده، به تعامل با آن ها بپردازد و تاثیر پذیر و تاثیرگذار شود. دنیای گسترده رسانه ها باعث شکل گیری تحولات بسیاری در گرافیک امروز ایران شده که اشاره به برخی نکات آن در شناخت هرچه بهتر این هنر ضروری به نظر می رسد.

۱- تنوع در مضمون و محتوای آثار گرافیک معاصر موضوعی است که پیشینه زیادی ندارد و ناشی از حضور و رقابت عصر پست مدرن و در نتیجه جهانی شدن می باشد. در واقع گستردگی موضوعات فرهنگی، هنری، سیاسی، تجاری، اجتماعی و اعتقادی تنوع قابل توجهی به آثار معاصر ایران بخشیده است.

۲- مخاطبین گرافیک ایران در دهه های بیست تا چهل صرفاً قشر محدودی از جامعه را در بر می گرفت و اغلب محدود به سفارش های دولتی و محافل روشنفکری می شد. مانند جشن هنر شیراز، نمایش ها، کنسرت ها، اپراها، نشریه های روشنفکری، طراحی تمبر و اوراق اداری مراکز دولتی و بانک ها. جریان انقلاب اسلامی، گرافیک را به خیابان و میان مردم کوچه و بازار وارد کرد و امروز گرافیک در تمام شئون جامعه جریان دارد، در خیابان ها، مراکز تجاری اداری، فروشگاه ها، مراکز فرهنگی و غیره.

۳- تحول ابزاری در عرصه گرافیک از جمله مواردی است که باعث دگرگونی بسیاری در تاریخ این هنر شده است. ظهور رایانه و اینترنت علاوه بر این که تحولی در زمینه ابزار و رسانه ها به وجود آورده خود نیز موضوعی برای خلق اثر شده است. از طرف دیگر حضور ابزارهای نوین منجر به شکل گیری نگرشی متفاوت در میان طراحان شده است. به طور کلی در مقایسه با شرایط اخیر فنون اجرای کار عصر مدرن و دوران انقلاب، بسیار محدود بوده است. با بررسی آثار طراحان نسل های مختلف ایران، در می یابیم تاثیر رایانه صرفاً بر اندیشه و نگرش طراحان جوانی بوده که یا آغاز فعالیت حرفه ای آن ها و یا دوران شکل گیری اندیشه هایشان در عصر رایانه بوده است. در واقع رایانه برای طراحان نسل های پیشین تنها ابزاری در جهت تسریع و سهولت بخشیدن به خلق اثر است.

۴- گرافیک در دوره گذشته و در مقایسه با دنیای مدرن امروز بیشتر در عرصه فرهنگی محدودی ارائه می شد در حالی که امروزه فضای بسیار وسیع تر از گذشته را در اختیار دارد، مانند طراحی برای تابلوهای تبلیغاتی بزرگ و کوچک (بیلبوردها)، بدنه اتوبوس ها، فضای داخل متروها طراحی صفحات وب، نرم افزارهای چند رسانه ای (مولتی مدیا) و بازی های رایانه ای که در این زمینه شاهد تحول چشمگیری نیز هستیم.

۵- تنوع و گستردگی موضوعات، باعث فراگیر شدن گرافیک در جامعه امروزی شده است. به واقع یکی از مهمترین موضوعات در تحولات دهه اخیر، راه یابی گرافیک به میان جامعه است. باید یادآور شد امروز فراگیر شدن این عرصه و گستردگی مخاطب در ایران از سویی ثمره گرافیک دوره انقلاب اسلامی است و از سوی دیگر نتیجه ضرورت های فرهنگی اقتصادی دنیای امروز. اکنون گرافیک برای تمامی افراد جامعه کاربرد دارد و همگان از آن بهره می برند، این عرصه گسترده، نقصانی را که همیشه گریبان گرافیک ایران را گرفته بود، برطرف می نماید. گرافیکی که تا پیش از این، بنا به شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی اغلب اختصاص به قشر محدودی داشت امروز به همه تعلق دارد. زمانی گرافیک ایران نخبه پسند و زمانی عامه پسند بود، اما گستردگی عرصه های آن در دهه اخیر باعث شده بخش وسیعی از مخاطبان به شکلی همسان مورد توجه



قرارگیرند و به نیاز تصویری شان پاسخ داده شود.

۶- بهره گیری از پیشینه تاریخی و هنری ایران زمین همواره مورد توجه طراحان بوده است. اکنون هنرمندان از نقش مایه ها و عناصر بومی استفاده نموده و نسبت به این سنت ها گرایش پیدا کرده اند. این نوع نگرش باعث نمود تفکر و هویت ایرانی در آثار گرافیک معاصر شده است. (اگرچه در بسیاری از این آثار نگاه بومی در لایه های درونی اثر قرار دارد و یا حتی کاربردی طنز آمیز پیدا کرده است). عده ای دیگر از طراحان نیز با توجه به مولفه های ایران امروز کارهای خود را طراحی می کنند. این طراحان جوان در دهه هشتاد به یک باره رویکردی متفاوت نسبت به سنت و تاریخ نشان داده و ملی گرایی را فقط در ایران امروز می بینند و نه در رجوع به گذشته و تاریخ کشور خود.

گرافیک در ایران و در عصر مدرن تحول بزرگی را پشت سر گذاشته و با توجه به رشد فناوری و گسترش رسانه های مختلف از تعامل بیشتری با گرافیک سایر ملل جهان برخوردار شده است.

### منابع و مأخذ

- احمد، اکبر، پست مدرنیسم و اسلام، ترجمه فرهاد فرهمندفر، ثالث، تهران، ۱۳۸۰.
- جنکس، چارلز، پست مدرنیسم چیست؟، ترجمه فرهاد مرتضایی، چاپ چهارم، کلهر، تهران، ۱۳۷۹.
- لوسی اسمیت، ادوارد، جهانی شدن و هنر جدید، ترجمه علیرضا سمیع آذر، نظر، تهران، ۱۳۸۲.
- لیوینگ استون، آلن، فرهنگ طراحی گرافیک، ترجمه فرهاد گشایش، لوتس، تهران، ۱۳۸۰.
- ممیز، مرتضی، پنجاه سال گرافیک ایران، چاپ اول، کمیته فرهنگی سندیکا، گرافیکستهای تهران، تهران، ۱۳۵۵.
- ممیز، مرتضی، طراحی اعلان، نشر هنری ویلهلم، آلمان غربی، ۱۳۶۳.
- Balaghi, Shiva & Gumpert, Lynn, Picturing Iran (art society & revolution), I.B.TAURIS,- London, 2002.
- Heller, Steven & Chawst, Seymour-Graphic Style(From Victorian to Post Modern) –New York-Harry N.ABRAMS.inc.
- Nannini, Monica, non global graphic design, [www.5th color.com/viewpoints](http://www.5th color.com/viewpoints)

### گفت و گوها

- رایلیش، یان، گفت و گو پیرامون طراحی گرافیک و سبک ایرانی، ۹ اردیبهشت ۱۳۸۶.
- لوکرنک، آلن، گفت و گو پیرامون حضور رایانه در طراحی گرافیک، ۲۷ خرداد ۱۳۸۶.