

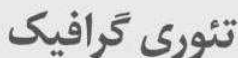
تئوری گرافیک

مؤلف: مردیت دیویس

مترجم: فاطمه مرزبان

ویرایش: محسن برآبادی





مترجم: فاطمه مرزبان

ویرایش: ملیحه اسکندری

صفحہ آرایہ: محسن برآبادی

لیتوگرافے، چاپ: خجستہ نوین

صحافے: نوری

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴

ناشر: هنرنو

ناشر همکار: فرهنگسرای میردشتی

شمارگان: ۲۰۰۰

شانک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۹۸-۰۴-۴

قیمت: تومان

انتشارات هنرنو

تلفون: ۶۶۹۷۹۲۲۴-۲۱۰

• 21-66485117

www.honarenopub.com honare_no@yahoo.com

رہنگسرای میردشتے

مشهد، چہارراہ لشکر، پاساژ دیدنیہا، طبقہ زیرہمکف، فرهنگسرای میردشتے

تلفن: ۰۵۱-۳۸۵۴۴۹۵۱ • نمابر: ۰۵۱-۳۸۵۱۴۷۶۱ www.fmirdashti.com

کتاب میردشتے

تہران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، نبش وحید نظری، مجتمع تجاری نادر،

طبعة اول، واحد ٤ تلفن: ٠٢١-٦٦٤٩٠٦٦٠-٢. نماير: ٠٢١-٦٦٤٩١٩٦٨.

پیشگفتار ۸

بخش اول: پی‌ریزی زیربنا

فصل اول: مدل‌های ارتباطات

مدل ارتباطی شانون/ویور ۱۶

مدل ارتباطی امرت/دوناگی ۱۹

مولفه‌های پیام پرلو ۲۳

چرخه پیام ۳۷

خلاصه ۳۹

فصل دوم: ماهیت بازنمایی

مفهوم و دغدغه از بازنمایی چیست؟ ۵۰

بافت رنگ ۵۱

مقوله بندی ۵۳

سیک باز نمودن ۵۷

روایت ۶۲

رابطه بین متن و تصویر ۶۷

ایجاد تناسب بین بازنمایی و بهره‌برداری ۷۰

خلاصه ۷۵

فصل سوم: ابعاد بافت

تناسب بین فرم و بافت ۸۴

مقیاس بافت ۸۷

در چه مواردی به یکدیگر شباهت داریم؟ نقش روان‌شناسی در شناخت ۹۰

بافت شناختاری طراحی ۹۵

دریافتن و احساس کردن: واکنش‌های عاطفی به طراحی ۹۶

واکنش به تفاوت‌ها در سبک شناختاری ۱۰۴

بافت اجتماعی فرهنگی در طراحی ۱۱۶

نقش‌های سازنده و نمایانگر طراحی ۱۲۱

رسانه‌ها و ابزارها ۱۲۳

خلاصه ۱۳۵

بخش دوم: تنوری از ۱۹۰۰ تا اکنون

فصل چهارم: زبان دنیای تصویر	۱۶۲
فردینان دو سوسور: پیدایش نشانه‌شناسی	۱۶۴
چارلز ساندرز پیرس: رهیافتی کاربردشناختی	۱۸۸
رولان بارت: پلی به پساساختارگرایی	۱۹۵
خلاصه مطالب	۲۰۰

فصل پنجم: مدرنیسم

یک سده نوین	۱۸۱
طغیان برای رسیدن به عینیت و منطق	۱۸۴
در جست‌وجوی جهانی‌ها	۲۰۰
مسائل دردسرافزین مربوط به طبقه و سبک	۲۰۱
توسعه تبلیغات	۲۰۸
خلاصه	۲۳۲

فصل ششم: پساسمدرنیسم

نشانه‌های عصر صایات	۲۳۹
خواننده متن، امپراتور	۲۴۷
یک در مقابل بسیاری	۲۵۲
استعاره و مجاز	۲۵۴
موقعیت فرهنگی	۲۵۶
فرم‌های محلی، تصرفی و پیش‌برض	۲۵۹
فراواقعیت و زندگی در تصویر	۲۶۹
خلاصه	۲۷۵

فصل هفتم: پساسمدرنیسم

نگرش مارشال مک‌لوهان	۲۸۲
همگرایی رسانه‌ها	۲۸۸
پیچیدگی و تجربه	۲۹۳
مفهوم متغیر مخاطب	۳۰۶
یک پارادایم جدید	۳۱۹
خلاصه	۳۲۲

پیشگفتار

کتابی که در دست دارید منبعی درسی است و من هم مدرس طراحی گرافیک هستم. تصمیم گرفتم این کتاب را بنویسم، نه به این خاطر که قصد دارم پژوهشی بنیادین را در زمینه نظریه‌های طراحی گرافیک ارائه کنم، بلکه به این دلیل که وقتی می‌خواهم دانشجویانم را از طریق نوشته‌های پیچیده فلسفی و علمی نظریه‌پردازان با پایه‌های مفهومی رشته تحصیلی‌شان آشنا کنم، دچار مشکل می‌شوم. آنها چگونه می‌توانند رساله «از اثر به متن»^۱ رولان بارت را درک کنند وقتی که هیچ پیش‌زمینه‌ای در مورد نشانه‌شناسی و پساساختارگرایی ندارند؟ چگونه می‌توانند از خواندن یک مقاله با محتوایی کاملاً جدید و بدیع، به بینشی نقادانه در مورد تجربه‌های چاپی مربوط به دهه هشتاد برسند، یا محتوای آن مقاله را برای حل مسئله‌ها به کار گیرند؟ آموزش اصول طراحی گشتالت^۲ به آنها چقدر می‌تواند کارآمد باشد، اگر از تلاش‌هایی که تاکنون در جهت «تجاندن»^۳ توه ادراک انسان در چارچوب یک علم صورت گرفته‌اند، مطلع نباشند؟ این دانش‌ریزان اگر هیچ دیدگاه منتقدانه‌ای درباره رابطه متقابل نظارت طراح و مشارکت کاربر در فرایند طراحی را نداشته باشند، چگونه در آینده می‌توانند در پیشرفت طراحی تعامل نقشی فعال داشته باشند؟

در پی یافتن کتابی درسی بودم که بتوان از آن در کلاس‌های آموزشی استفاده کرد. کتاب‌های زیادی پیدا کردم که در آن طراحی در حاشیه قرار داشت و قسمت عمده مباحث به مسائل هنر و بازار مربوط می‌شد. اما هیچ کتابی پیدا نکردم که به ایده‌ها از دیدگاه علوم انسانی و علوم اجتماعی پرداخته باشد. طی سال‌ها، برای کمک به دانشجویانم در یادگیری نظریه‌های پیچیده به گردآوری مطالب از کتاب‌های مختلف موجود در کتابخانه دانشکده پرداخته بودم. اما این رویکرد رستی نبود چرا که موقعیت تفسیر و تعبیر را برای دانشجویان فراهم نمی‌کرد، نه در زمینه پدیدآوردن طرح، و نه در زمینه روند تاریخی سیر ایده‌ها و اندیشه‌ها. این مسئله باعث شد که دوره درسی را برنامه‌ریزی کنم که بتوانم به معرفی و بیان مفاهیم نظری بپردازم. اما همه دانشجویان به چنین دوره‌هایی دسترسی ندارند، و علاوه بر این، بسیاری از مدرسان جوان نیز در طول تحصیلات خود این امکان را نداشته‌اند که بتوانند در کتاب‌های بی‌شمار موجود، به جست‌وجوی مطالبی بپردازند که در زمینه طراحی گرافیک نوشته شده‌اند.

در واقع، هدف این کتاب مطالعه‌ای است در قلمرو نظریه‌های مربوط به طراحی گرافیک، برای کسانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند؛ و همچنین معرفی مجموعه‌ای از ایده‌ها و منابع که می‌تواند در پژوهش‌های پیش‌رو آنان کارآمد باشند. این کتاب همچنین می‌کوشد تا به پژوهش‌های تصویری دانشجویان و طراحان گرافیک شکل ببخشد. از این‌رو، در این کتاب فقط به آن دسته از چارچوب‌های نظری پرداخته شده که با فرم و تأثیرات آن بر مخاطبان، پیوندی مستقیم و مشخص دارند. از میان نظریه‌های هنر، فقط آنهایی را انتخاب کرده‌ام که با کاربردشان می‌شود به توصیف یک نمونه تصویری پرداخت.

همچنین به این بحث پرداخته شده که تا چه اندازه باید به مسائل مربوط به بازار و بافت اقتصادی طراحی گرافیک توجه کرد. در نهایت بیشتر بر مسائل کلی بازنمایی تمرکز شده است و به راهکارهای تجاری، کمتر توجه شده است. با توجه به آثار گرافیکی موجود این نیاز شدیداً احساس می‌شود که دانشجویان باید نظریه‌هایی را در مورد جایگاه و ارزش طراحی انسان‌محور در عرصه تجارت و بازار حرفه‌ای بدانند. این واقعیت که تاکنون متون ناچیزی از دیدگاه یک طراح گرافیک نوشته شده‌اند، باعث تأسف است، اما با وجود این، پرداختن به همه این مسائل در مجموعه‌ای که برای اولین بار درباره نظریه نوشته می‌شود، بسیار دلهره‌آور است.

محدود کردن دامنه مطالب کتاب، نه تنها به معنای صرف نظر کردن از مباحث عمیق فلسفی و نقش نامحدود طراحی در شرح حال اجتماعی بود، بلکه عدم پرداختن به جزئیات در مورد نویسندگان یا نظریه‌پردازان منفرد را نیز در پی داشت. (نویسندگان یا نظریه‌پردازانی که تنها بعضی از جنبه‌های آثارشان با حوزه طراحی مرتبط است). از این‌رو، می‌توان چنین گفت که هدف این کتاب، ارائه تصویری کلی از نظریه‌های کاربردی در حوزه طراحی گرافیک است، که امیدوارم بتواند زمینه‌ساز مطالعه و پژوهش‌های دانشجویان باشد.

متن این کتاب در دو بخش سازماندهی شده است. بخش اول به اثبات رابطه بازنمایی‌های دیداری با بافت‌های طراحی می‌پردازد، و به این دلیل بخش عمده‌ای از کتاب به بحث در مورد بافت می‌پردازد که در گذشته آموزش‌های طراحی گرافیک بیشتر بر ایجاد تناسب بین فرم و محتوا تأکید داشته‌اند، گویی که فرم، خود نوعی از محتوا نیست. این رهیافت سنتی و محتواگرا، اهمیت انسان‌ها، فعالیت‌ها و موقعیت‌ها را در انتخاب استراتژی‌های بازنمایی و نگاه نقادانه به آنها تا حد زیادی نادیده می‌گیرد.

همین طور، بسیاری از نظراتی که در مورد طراحی ارائه می شوند فقط پاسخگوی نیازهای فعلی هستند، و نظام های پیچیده ای را که «دست ساخته های حاصل از طراحی» تنها بخشی از آنها هستند، نادیده می گیرند. من معتقدم که مطالعه و بررسی نظریه، قبل از هر چیز، به بافت و پیچیدگی های آن مربوط می شود.

بخش دوم کتاب به بررسی تعدادی از چارچوب های نظری از ابتدای قرن بیستم تا کنون می پردازد. با اینکه گردآوری همه دیدگاه ها و شرح پیشینه و روند تکامل آنها در کتابی با این حجم و اندازه ناممکن است، من سعی کرده ام به معرفی مفاهیمی بپردازم که مستقیماً در کار طراحی گرافیک و نقد شیوه طراحی معاصر دخیل هستند. یکی دیگر از اهداف این بخش، آماده کردن دانشجویان برای خواندن متون پیچیده تر در آثار نویسندگانی است که به خلاقیت و نوآوری در این عرصه پرداخته اند.

ترتیب مطالب این کتاب اهداف مشخصی را دنبال می کند. در بخش اول، مقدمه هر فصل، مثال ها و مقایسه های مفیدی را ارائه می کند که به روشن شدن پاره ای از مفاهیم کلیدی کمک می کنند که در ادامه خواهند آمد. امید است این بخش ها بتوانند ایده های جدید را به شهروندان آسان تر و ماندگارتر از آنچه که می توانست از طریق شرح مختصری از نظریه ممکن باشد، به دانشجویان ارائه دهند. واژه ها و مفاهیم کلیدی که در مباحث نقش محوری دارند، در حاشیه متن تعریف شده اند. این واژه ها، جایی قرار گرفته اند که برای اولین بار در متن ظاهر شده اند تا درک معنای آنها در موقعیت کاربردشان برای خواننده آسان تر شود. بخش های آثار نظری مهم، هم در متن و هم در پی نوشت ها ذکر شده است، تا به شناسایی منابع مربوطه برای مطالعات بیشتر کمک شود. کادرها نیز به بررسی عمیق تر مسائلی می پردازند که زیربخش های متن اصلی به حساب می آیند و گنجاندن آنها در متن اصلی می تواند موجب دور شدن خواننده از بحث اصلی شود. شرح تفصیلی تصاویر حاوی مباحثی است که در مورد مثال ها، که براساس دیدگاه های نظری مربوطه طرح شده اند.

این کتاب حاوی نوار زمانی است که جایگاه عنوان اصلی هر بحث را با توجه به رابطه اش با جایگاه عناوین دیگر نمایش می دهد. از آنجا که این کتاب در مورد تاریخچه طراحی نوشته نشده، و نیز به این دلیل که من سعی نکردم تا همه جنبش های مهم نظری را در آن پوشش دهم، مثال های تصویری که موقعیت های نظری مختلف را نشان می دهند، همیشه به ترتیب زمان مرتب نشده اند. اما انتظار می رود که این نوار زمان به

خوانندگان کمک کند تا ایده‌های متداول کنونی، و نیز ایده‌هایی را که همپوشانی دارند یا جایگزین یکدیگر شده‌اند، شناسایی کنند، به نحوی که روند تکامل نظریه طراحی برای آنها مشخص شود.

همچنین بسیار مهم است که دانشجویان متوجه تفاوت‌های موجود میان نظریه‌های زایشی^۱ و انتقادی^۲ باشند. از نظریه زایشی برای توضیح ایده‌ها و برنامه‌هایی استفاده می‌شود که در آفرینش طرح‌های گرافیکی کارآمد هستند. برای مثال، می‌توان از این موارد نام برد: دغدغه‌های ذهنی طراح در مورد مخاطبان کارهایشان؛ تعبیه پیام در فرم مادی؛ پادشاه‌های رفتاری مورد انتظار؛ و جایگاه محتمل اُبژه^۳ در یک محیط یا نظام ارتباطی^۴. هدف از طرح مباحث چنین نظریه‌ای، جهت بخشیدن به دیدگاه‌های دانشجویان است، بنابراین که در تعریف بافت و نحوه تعامل با آن، چه چیزهایی حائز اهمیت هستند. نظریه انتقادی اما، نقش بزرگ‌تری را در ارزیابی کلی طراحی به مثابه یک رشته و کارنامه عهده دارد. این نظریه شامل جهان‌بینی‌ها و چارچوب‌هایی است که به ما امکان می‌دهد تا بتوانیم در مورد تأثیر طراحی، و جایگاه آن در بافت‌های وسیع‌تر اجتماعی، فرهنگی، تاریخی اظهار نظر کنیم. گاهی ممکن است که نظریه‌های انتقادی به رویکردهای ریشه‌ای شکل دهند، اما با وجود این، این نظریه‌ها به طور معمول، به توصیف نظام‌های اعتقادی رایج در مورد چرایی طراحی و چگونگی کارکرد آن می‌پردازند.

در مقام مؤلف، یکی از اولین مسائلی که باید در مورد آن تصمیم می‌گیرم این بود که افرادی را که با آنها و برای آنها، طراحی می‌کنیم، چه بنامیم. در حال حاضر، ضمن تصدیق جنبه‌های تعاملی رسانه‌های دیجیتال، نویسندگان ترجیح می‌دهند، که از اصطلاح «کاربر»^۵ استفاده کنند. اما گاهی این اصطلاح نامناسب به نظر می‌رسد به ویژه وقتی که می‌خواهیم در مورد فرهنگ چاپ‌مداری صحبت کنیم که بخش اعظم قرن بیستم را تشکیل می‌دهد، یا وقتی که می‌خواهیم در مورد مفاهیم متأخر «مشارکت‌کنندگان»^۶ یا «هم‌آفرینان»^۷ در راهکارهای نوظهور طراحی صحبت کنیم. استفاده از واژه «خوانندگان» هم ممکن بود، اما در هنگام توصیف تعامل با اطلاعات

1. generative.

2. critical.

3. objective.

4. user

5. participants

6. co-creators

غیرمتمنی، این واژه موقعیت‌های نظری پسامدرنیسم را در خود نگه می‌دارد. این واژه همچنین در زمانی که در مورد متن به عنوان متن «خواندنی» یا «نوشتنی» صحبت می‌شود، می‌تواند گمراه کننده باشد. در مقابل، واژه «بینندگان» نیز نمی‌تواند به طور کامل زبان گفتاری را پوشش دهد. من از این عبارت‌ها در جاهای مختلف متن، برای اشاره به روابط ویژه بین انسان‌ها و اَبژه‌های طراحی شده استفاده کرده‌ام، اما هیچ یک از آنها به درستی توصیف کننده کسانی نیستند که ما با آنها، و برای آنها طراحی می‌کنیم.

بنابراین، من در نهایت واژه «مخاطبان»^۱ را انتخاب کردم، با اینکه به محدودیت‌های آن واقف هستم. مهم است که خوانندگان این کتاب بدانند که انتخاب این واژه به هیچ وجه به این معنا نیست که این افراد دارای نقشی منفعل هستند و تنها دریافت کنندگان محتوا محسوب می‌شوند؛ بلکه قصد من از انتخاب این واژه، برانگیختن این استنتاج است که «طرح» چیزی است که باید در یک بافت خاص و با تلاشی هدفمند، جریانی را واسطه‌ای برای انسانی را به وجود بیاورد، و آنها خدمت بگیرد و اجرا کند تا بتواند شرایط و فرایند را تجربه، تجزیه، جدید را مهیا کند. این یک راه حل کامل و بی‌عیب و نقص نیست، اما بهترین راهی است که من از طریق آن می‌توانستم در مورد مجموعه‌ای از ویژگی‌های موجود در رابطه با طراح، مشارکت کنندگان در طرح، پیامدهای آن و بافت مربوطه صحبت کنم.

در انتها باید بگویم که در طی دهه‌های گذشته مدام گفته می‌شود که طراحان اهل مطالعه نیستند. اما من در زندگی حرفه‌ای و آکادمیک خود خلاف این را دیده‌ام. افرادی را می‌شناسم که بسیار مطالعه می‌کنند و بدگاه خود را از راه کار با فرم‌های تصویری می‌گذرانند. من نگران آن دسته از دانشجویانم که راجع به درسی‌شان به آنها اجازه نمی‌دهد که آثار ارزشمند علمی و فلسفی، بلکه به عنوان هم مربوط به طراحی را نیز مطالعه کنند. با این حال، بی‌نهایت خوشحالم که چراغ آثاری وجود دارند و پیوسته بر تعدادشان افزوده می‌شود. بسیاری از این آثار، با اینکه به نحوی با طراحی مرتبط هستند، اما خارج از محدوده مطالعات این رشته‌اند، و بسیار خوب است اگر دانشجویان خود به جست‌وجو و مطالعه آنها بپردازند. هدف از این کتاب، فراهم کردن نقشه‌ای است که بتواند نمایانگر راه باشد و سفر را اندکی آسان‌تر کند.

فصل‌های بعد، مقدمات بحث دربارهٔ نظریهٔ طراحی گرافیک را فراهم می‌کنند. فصل اول تاریخچه‌ای مختصر از مدل‌های ارتباطی را ارائه می‌کند که نمایانگر آگاهی فزاینده ما از عواملی است که بر چگونگی تولید معنا از سوی انسان‌ها و حیات اجتماعی پیام‌ها تأثیر دارند. فصل دوم به بررسی مفهوم بازنمایی و راهکارهای طراحان گرافیک در تأثیرگذاری بر طرح‌ریزی معنا می‌پردازد. تمرکز فصل سوم بر بافت است و نیز بر شرایط شناختی، اجتماعی-فرهنگی، تکنولوژیکی، فیزیکی و اقتصادی که با توجه به آنها طراحان فرم را شکل می‌دهند.

هدف از این فصل‌ها ارائه تعریفی از اصطلاحات و مفاهیم کلیدی است که در مطالعهٔ نظریهٔ طراحی، نشر، کلیدی دارند. توضیحات از حوزهٔ علوم انسانی و علوم اجتماعی گرفته شده‌اند، هیچ‌یک از این حوزه‌ها بر دیگری ارجحیت داده نشده است. باوجود این، هر یک از آنها نمایندهٔ جهان‌بینی یا چارچوب مفهومی وسیع‌تری در رابطه با ارتباطات تصویری است. برای نمونه، نظریهٔ گشتالت رویکردی منطقی از درک تصویری را به دست می‌دهد، و همان‌گونه که در بخش دوم خواهیم دید، این نظریه با علایق مدرنیسم به اندیشهٔ علمی، منطق و انتال، در اواخر قرن بیستم هم‌سویی دارد. توصیف استوارت هال^۱ از «نظریهٔ سازه‌گرایی بازتابی»^۲ شامل‌دهندهٔ این مفهوم پسامدرن است که معنای یک متن را هرگز نمی‌توان به طور دقیق مشخص کرد زیرا هر خواننده‌ای در تفسیر آن متن، موقعیت و پیشینهٔ فرهنگی خود را، خالت می‌دهد. ایده‌های مارشال مک‌لوهان^۳ دربارهٔ تأثیرات رسانه، تأثیرات اجتماعی فضای رسانه‌ای را - که فضایی شبکه‌شده است - به خوبی پیش‌بینی می‌کنند.

هر بحث به آثار مهم و تعیین‌کنندهٔ از رشته‌های دیگر استناد می‌کند. از آن‌ها می‌شود که این انگیزه در خوانندگان ایجاد شود به دنبال ایده‌هایی برای مطالعات بیشتر باشند و جایگاه آناری را که مطالعه می‌کنند در بافت تاریخی آثار نوشته شده در مورد نظریهٔ طراحی پیدا کنند. همچنین لازم است که دانشجویان طراحی گرافیک، در هنگام کار در نیز این مفاهیم را مد نظر داشته باشند، چرا که این مفاهیم به مثابهٔ چارچوب‌های انتقادی هستند که می‌توانند در ارزیابی آبره‌های طراحی شده کارآمد باشند و بیانگر نتایج پنهان طرح در رابطه با مخاطبان باشند.

1. Stuart Hall

2. constructionist theory of representation

3. Marshall McLuhan