

۱۰۰ طرح خلاق گرافیکی

استیون هیلر و ورنیک وین
مترجم: آرمینه آواکچه (کاراپتیان)



فرهنگسرای میردشتی
FARHANGSARA MIRDASHTI

۱۰۰ طرح خلاق گرافیکی

مؤلف: استیون هلر و ورونیک وین

مترجم: ارمینه اوکفرمانی (کارائیتان)

ویراستار ادبی: سادی عظیمی

مدیر بخش ویرایش: سادی عظیمی

صفحه‌آرایی: امین ایملو

طراح جلد: جیانا فابی

مدیر تولید: علی زار

انتشارات فرهنگسرای میردشتی، شهرک چهارراه

لشگر، به طرف میدان ده دی

تلفن: ۰۵۱-۳۸۵۴۴۹۵۱

نمایر: ۰۵۱-۳۸۵۱۴۷۶۱

info@fmirdashti.com

سرشناسه: هلر، استیون Heller, Steven

عنوان و نام پدیدآور: ۱۰۰ طرح خلاق گرافیکی/استیون هلر

و ورونیک وین

مترجم: ارمینه اوکفرمانی (کارائیتان)

مشخصات نشر: تهران: فرهنگسرای میردشتی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۳۰۸ص: (مصور) (رنگی).

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۱۶-۸۹-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: 100 Ideas That changed

Graphic Design.

لیتوگرافی: فرایند گویا

چاپخانه: ایپانه

چاپ اول: ۱۳۹۵

صحافی: علی

ناشر: فرهنگسرای میردشتی

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۱۶-۸۹-۴

قیمت: ۵۹۵,۰۰۰ ریال

بخش کتاب میردشتی: تهران • میدان انقلاب • ابتدای

کارگر جنوبی • نبش وحید نظری • مجتمع تجاری نادر

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۹۰۶۶۰-۲

نمایر: ۰۲۱-۶۶۴۹۱۹۶۸

www.fmirdashti.com

عنوان اصلی: ۱۰۰ طرح خلاق گرافیکی

موضوع: گرافیک • تاریخ

موضوع: گرافیک • تولید

موضوع: گرافیک • تولید

شناسه افزوده: وی، ورنیک، وین

شناسه افزوده: Vienne, Vienne, Vienne

شناسه افزوده: آواک فرمانی، ارمینه

رده بندی کنگره: ۷۴۳.۱۳۹۳

۱۷۴۹۵۱

۹	پیشگفتار
۱۳	ایده ۱ کتاب
۱۵	ایده ۲ حروف بر بدن
۱۷	ایده ۳ طرح های برگردان دستی
۲۱	ایده ۴ پرتو شعاع
۲۳	ایده ۵ اقتباس
۲۷	ایده ۶ انگشتان اشاره گر
۲۹	ایده ۷ وَنیتاس Vanitas (نیستی)
۳۳	ایده ۸ مشتهای گره کرده
۳۵	ایده ۹ تصویرهای با عظمت
۳۹	ایده ۱۰ پنهن الگوهای زنانه
۴۱	ایده ۱۱ معصومیت و رنگ
۴۵	ایده ۱۲ ترسعات
۴۷	ایده ۱۳ نشانه ها، (له و نایه)، تزیینی
۵۱	ایده ۱۴ طرح های شاعرانه
۵۳	ایده ۱۵ امتیاز انحصار طرح
۵۷	ایده ۱۶ حروف تصویری
۵۹	ایده ۱۷ ترسیم های تزیینی متصل به حروف بزرگ
۶۳	ایده ۱۸ نوشته در نقش تصویر
۶۵	ایده ۱۹ جناس بصری
۶۹	ایده ۲۰ قالب بندی (فرمت) مربع



۷۱	ایده ۲۱ تصویرنگاری ابتدایی
۷۵	ایده ۲۲ تبلیغ (پروپاگاندا)
۷۷	ایده ۲۳ پوستر با موضوع شیء
۸۱	ایده ۲۴ برش‌های کاغذی
۸۳	ایده ۲۵ بیانیه‌ها
۸۷	ایده ۲۶ مجله‌های طراحی گرافیک
۸۹	ایده ۲۷ گیاهان هندسی
۹۳	ایده ۲۸ خط نقاشی (کالیگرام)
۹۵	ایده ۲۹ خط‌نگاری (تایپوگرافی) رسا
۹۹	ایده ۳۰ خط‌نگاری (تایپوگرافی) نامتقارن
۱۰۱	ایده ۳۱ خط قرمز همراه با سیاه
۱۰۵	ایده ۳۲ آب‌نگار (سوپرگرافیکز)
۱۰۷	ایده ۳۳ شکل هندسی برتر
۱۱۰	ایده ۳۴ نوع حروف انگلیزی
۱۱۳	ایده ۳۵ بیان سرعت
۱۱۵	ایده ۳۶ هویت شرکت
۱۱۹	ایده ۳۷ روکش محافظ جلد
۱۲۱	ایده ۳۸ خط‌نگاری‌های کشف شده
۱۲۳	ایده ۳۹ یادداشت‌های ناشناس
۱۲۷	ایده ۴۰ کتاب‌های راهنمای طراحی



۱۳۱	ایده ۴۱ تریبون شخصی هنری - فرهنگی پیشرو
۱۳۳	ایده ۴۲ کلاژها
۱۳۷	ایده ۴۳ چیستان و لغز تصویری
۱۳۹	ایده ۴۴ مونتاژ عکس (فتومونتاژ)
۱۴۱	ایده ۴۵ نمودارهای تصویری (پیکتوگرام‌ها)
۱۴۵	ایده ۴۶ سرهای شناور
۱۴۷	ایده ۴۷ انتزاع (آبستراکسیون)
۱۵۱	ایده ۴۸ مثلث‌بندی
۱۵۳	ایده ۴۹ نمایشی نزدیک (کلوز آپ‌های) اغراق آمیز
۱۵۶	ایده ۵۰ حالت‌های تحریک آمیز
۱۵۹	ایده ۵۱ نمایش‌های محرک
۱۶۱	ایده ۵۲ دیدنی‌های شیشه
۱۶۵	ایده ۵۳ بازی سایه
۱۶۷	ایده ۵۴ طرح خوب
۱۷۰	ایده ۵۵ از رده خارج کردن اجباری
۱۷۳	ایده ۵۶ رنگ‌های مرتعش
۱۷۷	ایده ۵۷ نوارها و سطوح
۱۷۹	ایده ۵۸ ادامه کادر به کادر
۱۸۱	ایده ۵۹ چهارگوش‌های کامل
۱۸۴	ایده ۶۰ نمودارهای انتزاعی



۱۸۵	ایده ۶۱ قطرهای پرتحرک
۱۸۹	ایده ۶۲ حروف استنسیل
۱۹۳	ایده ۶۳ حروف غیرجدی
۱۹۵	ایده ۶۴ طنز
۱۹۸	ایده ۶۵ بسته‌بندی قابل استفاده
۲۰۱	ایده ۶۶ کمپین‌های اجتماعی
۲۰۵	ایده ۶۷ کمپین‌های برندینگ
۲۰۷	ایده ۶۸ لایه‌گذاری و هم پوشانی (اورپرینت)
۲۱۱	ایده ۶۹ روش تفکر در طراحی
۲۱۳	ایده ۷۰ پایه کار (گرید)
۲۱۷	ایده ۷۱ داستان سرایده‌های برند
۲۱۹	ایده ۷۲ فضای سفید
۲۲۳	ایده ۷۳ هرچه کمتر بهتر
۲۲۵	ایده ۷۴ الفبای یک‌دست (مونو تایپ)
۲۲۹	ایده ۷۵ سکانس‌های عنوان فیلم
۲۳۱	ایده ۷۶ جلوۀ کتاب مهم
۲۳۵	ایده ۷۷ یادی از گذشته (نوستالژی)
۲۳۷	ایده ۷۸ ناخوانایی
۲۴۱	ایده ۷۹ خط‌های اسکن (پویشی)
۲۴۳	ایده ۸۰ مجله‌های نوجوانان (نین)



۲۶۴	ایده ۸۱ فرهنگ درهم انباشته
۲۴۹	ایده ۸۲ تضاد شدید
۲۵۱	ایده ۸۳ هنر روان گردان
۲۵۵	ایده ۸۴ رنگ افشان و پخش
۲۵۷	ایده ۸۵ داستان‌های مصور زیرزمینی
۲۶۱	ایده ۸۶ روی جلد آلبوم‌های موسیقی
۲۶۳	ایده ۸۷ شعارهای خیابانی
۲۶۶	ایده ۸۸ نادیده گرفتن اخلاق
۲۶۷	ایده ۸۹ کارهای چاپی خود تبلیغی
۲۷۱	ایده ۹۰ بر حسب‌های شناسه
۲۷۳	ایده ۹۱ کدهای قیمت‌گذاری جهانی
۲۷۷	ایده ۹۲ بین‌دلی
۲۷۹	ایده ۹۳ سریه‌فروشی
۲۸۳	ایده ۹۴ خودت از جامش
۲۸۵	ایده ۹۵ چاپ ممتاز
۲۸۹	ایده ۹۶ سطر نوشته‌های روان مجله
۲۹۱	ایده ۹۷ تبلیغات سربزنگاه
۲۹۴	ایده ۹۸ پیکسل‌گذاری
۲۹۷	ایده ۹۹ معمانویسی نمادین (آمبیگرام)
۲۹۹	ایده ۱۰۰ وب سایت طراحان



ما اغلب «تداوم» را معیار اصلی سنجش هر ایده بزرگ می‌دانیم. اگر با گذشت زمان تأثیرگذاری یک ایده از نظر اجرای عملی و نظریه‌پردازی در طراحی گرافیک قابل ارائه شده است، در نتیجه می‌توان درباره اهمیت آن می‌توان بحث کرد. حتی اگر یک شیء هنری، تجسمی از یک ایده بزرگ یا ماندگاری آن باشد، پس می‌توان آن ایده را با اهمیت دانست.

این کتاب مجموعه‌ای برای معرفی «ایسم‌ها» نیست (که بارها هم انجام شده است) زیرا ما آنرا مانند پوششی بر روی ایده‌های بزرگ (و کوچک) می‌دانیم. در پشت ایسم‌های «بزرگ» تاریخی ایده‌های بزرگی مانند خط‌نگاری نامتقارن یا ناهماهنگ و یا رنگ‌های مرتعش می‌تواند قرار گیرد که شاخص کارهای یک یا چند جنبش و مکتب هنری است. این کتاب به جای افزودن ایسم و پرمایه کردن ظاهر بحث، به آشکار کردن محدوده‌های تاریخی هنر پرداخته و تک تک ایده‌های بزرگ را از درون آن بیرون می‌کشد.

یک ایده بزرگ می‌تواند مربوط به زمانی خاص باشد یا در طول زمان‌های مختلفی تکرار شود. ممکن است زمانی از دو دوره خاص شده و دوباره بازگردد. در این کتاب سعی شده ترتیب مانند آفرینش یک ایده بزرگ رعایت نشود اما در اجرای بعضی از برجسته‌ترین کارها، کارهای مرتبط نیز مورد بررسی قرار گرفته است و در حد امکان نمونه‌ای از یک کار معاصر را که نشان‌دهنده ایده‌ای منسوخ و دوباره کشف شده است را عرضه کرده‌ایم.

آیا این ۱۰۰ نمونه تنها ایده‌های بزرگ موجود هستند؟ ممکن است برخی از قلم افتاده یا نادیده گرفته شده باشند. شرحی که در ابتدای پیشگفتار آمده درباره

سرآغاز پیدایش کیهان از دید فیزیکدانان با نظریه انفجار بزرگ^۱ بیان می‌شود. ما هم بر این باوریم که امروز حداقل ۱۰۰ انفجار بزرگ در تاریخ هنر گرافیک برای کمک به بیان شکل و حس هر طرح گرافیکی وجود دارد که آنها را نظریه ایده بزرگ نامیده‌ایم.

ایده بزرگ چیست؟ شروع سخن درباره ایده‌های بزرگی است که در این کتاب آمده‌اند. هدف ما تشخیص، شرح، بحث و نمایش آن دسته از ایده‌های بزرگی است که به هم به‌سزایی در پیدایش و آفرینش هنر گرافیک معاصر دارند. برخی از این ایده‌های بزرگ از قرن‌های پیش آمده و برخی دیگر در اواسط قرن بیستم که هم‌جا افتاده و شماری نیز در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم شکل گرفته است. سعی ما بر این بوده تا بر اساس زمان پیدایش ایده‌ها آنها را ارائه کنیم، مانند نقاشی، تئاتر، ادبیات، تاریخچه پیدایش آن مربوط به قرن‌ها پیش است. بی‌تردید در تعیین زمان لحظه‌های خلق بخشی از کارها ابهام وجود دارد، بنابراین تعیین زمان پیدایش آنها به‌طور تقریبی است.

حال این سؤال پیش می‌آید که ایده‌های بزرگ کدامند؟ آنها اندیشه، درک، اختراع و الهام‌هایی هستند که به‌شکل بنیادی، عمل‌گرایانه و مفهومی توسط هنرمندان گرافیک برای تبدیل به انواع گروه‌های ارتباطی، به‌کار گرفته شده‌اند و با ترکیب‌ها، اجراهای مداوم و زبان (های) فراگیر هنر طراحی، تبدیل به ایده شده‌اند. ایده‌ها همراه با فناوری به‌کاررفته، فلسفه و ساختاری که دارند و از نقطه نظر زیباشناسی، طراحی گرافیک را به‌وجود آورده‌اند.

خود؟ و چطور شده که هیچ‌کس نام آن کسی را که نماد فراگیر و شناخته شده باز یافت کاغذ را طراحی کرده، نمی‌داند؟ در حالی که همه می‌دانند *پل راند*^۴ به نتیجه نهایی طرح لوگوی شرکت بدفرجام *ایرون*^۵ رسیده است. شاید هرگز به دلیل آن چه که برای یک طرح گرافیکی از خود مایه گذاشته‌اید مورد تقدیر قرار نگیرید، اما اگر در ساختن فرمول ایده‌ای بزرگ سهمی داشتید، دنیا جای بهتری می‌شد.

شروع برخی از ایده‌های بزرگ ما مانند یک نوآوری کوچک (شبیه به یک پیشرفت فنی محض) و یا حتی مانند یک ترفند است ولی در طول زمان برای تداوم بستمناصبی یافته و تبدیل به شیء هنری شناخته شده در گرافیک شدند. ایده‌های بزرگ دیگری هستند که در نهایت چندان بزرگ هم به حساب نیامده‌اند. بیانیه‌هایی به فکر هنرمندان رسیده که بیشترشان کارهایی از نوع خود بزرگنمایی و اهمیتی در حد شعارهای گذرا داشته‌اند.

ایا همه ایده‌های بزرگ «خوب» هستند؟ افسوس که چنین نیست. لیستی از تعداد کمی ایده‌های بزرگ تهیه کرده‌ام که با روش‌های مورد نظرم نتوانسته‌اند ارتباط گرافیکی بهتری را برقرار کنند اما با این همه باز تأثیر عظیمی در حرفه طراحی گرافیک و فرهنگ بصری داشته‌اند. *اوره* ایده‌هایی اقتباس شده که به عمد کنار گذاشته شد و نقاشی خیابانی (گرافیتی) به عهده شما است. در این ایده‌ها که فکر می‌کردیم به اندازه لازم ناب نیست. *ایراز* عقیده نترسیده‌ایم. گاهی حتی نمونه‌ای پراسم و رسم را هم از دیدگاه ارزش اجرایی خاص طرح آن و یا تأثیری که با نوآوری خود داشته، به چالش کشیده‌ایم. هدف ما تشویق

حداقل ۱۰۰ ایده است که به آثار بی‌شمار دیگری نیز اشاره می‌کند. در حقیقت تنگ کردن مسیر با انتخاب تعدادی از این ایده‌ها کار آسانی نبود. زمانی که لیست‌بندی انواع کارها را شروع کرده و به ایده‌ها می‌پرداختیم، دست به کار جدا کردن سره از ناسره شده و سعی در اجتناب از ظاهر ایده‌هایی کرده‌ایم که دارای ماهیت کاربردی مجازی یا استعاره‌ای بودند و تشخیص دادیم که این دسته به جای ارائه ساختار واقعی طرح‌ها، بیشتر شبیه به بیانیه یک سبک هستند و تنها برای لحظه‌ای شگفتی و تحسین را برمی‌انگیزند. از طرفی عدد ۱۰۰ مدعی سرد و مناسب است. امیدواریم که در بین ایده‌های صفحه‌های موجود، بازتاب ایده‌های کوچک‌تر نیز قابل تشخیص باشد.

همان‌طور که اشاره به سبک مجازی یا استعاره‌ای (کلماتی که بسیار می‌پسندید) مدکن است. محصول جانبی ایده‌ای باشد.

سبک هنر توهمز/ گرافیکی که در اینجا آن پرداخته‌ایم، ترکیبی از ایده‌های گوناگون است. گذشته بیانیه حاکم بر انواع ایده‌های متفاوت گرافیک سبک هنر مدرن یا هنر تزئینی بود.

وجود چند طراح گرافیک برای رسیدن به یک ایده بزرگ لازم است؟ شاید دستیابی به ایده‌ها موهبتی باشد که تنها یک نفر از آن برخوردار است در حالی که اغلب ایده‌ها در مبدأ خود به انتظار کسی مانده‌اند تا از آنها بهره‌برداری کنند. هنوز این موضوع که ایده بزرگ یا تغییر بزرگ کدام یک اولین بوده، یک راز است. چند نفر مانند رودچنکو^۶ می‌باید وجود داشته باشند تا انقلاب هنری جنبش *ساختارگرایی*^۷ را پدیدآورند؟ آیا *الکسی برودوویچ*^۸ یک نابغه بود یا حاصل دوره

1. Rodchenko

2. Constructivism (ساختارگرایی)

3. Alexey Brodovitch

4. Paul Rand

5. Enron

خوانندگان کتاب به انجام همین کار است. طراحی گرافیک به انتقاد بیشتری نیاز دارد.

آیا برخی از ایده‌های بزرگ از بقیه بزرگ‌تر هستند؟ این در حالی است که برخی از ایده‌هایی هم که ممکن است «خوب» نباشند، بنا بر تأثیری که دارند، بزرگ هستند. برخی از ایده‌های به نسبت کوچک‌تر ممکن است به صورت کلی زمینه‌ساز یا فرهنگ‌ساز شوند. برای نمونه چاپ رنگ افشان و پخش ایده‌ای نیست که دنیا را تغییر دهد اما به کشف زیباشناسانه‌ای انجامید که کدهای بصری ردی نسل سال‌های ۱۹۶۰ مشخص می‌کرد. به گفتهٔ بور-نورول^۱ برخی از ایده‌های بزرگ بیشتر از دیگر ایده‌های ساده با هم برابر هستند.

آینده با خود چه ایده‌های بزرگی را به ارمغان خواهد آورد؟ با ادامهٔ طراحی گرافیک در قرن بیست و یکم و پیشرفت فناوری و ورود رسانه‌های متفاوت (که شامل حرکت و صدا در دستگاه‌های دیجیتالی متعدد است)، ایده‌های بزرگ هنوز هم نقشی اساسی را دارند. امیدواریم که این کتاب سنگ قبری برای هنر و فن طراحی گرافیک نباشد. بیشتر ایده‌های این کتاب از دیدگاه ارتباطات بصری هنوز هم دارای اهمیت هستند. شاید برخی از آنها کمی نیش‌دار و یا آزار دهنده باشند. با این حال باز هم بدون شک می‌توانند راهی به‌سوی ایده‌های جدید گشوده و نشان دهند چه هستیم و چه کاری انجام می‌دهیم.