شهرآرا روزنامه مردم شهر
www.shahraraonline.com
پنج‌شنبه ۲۰ اسفند ۱۳۹۴ | شماره ۱۹۴۱

تاثیر یک جشنواره معمولی با طرح و ایده پرفروغ تر است

جشنواره پرزرق‌وبرق با چراغ‌های خاموش!

جشنواره‌ها براساس افق از پیش تعریف‌شده‌شان تاثیرگذاری‌های متفاوتی هم دارند. گاهی چراغ یک جشنواره چون برنامه در راس کار نبوده حتی در همان حین برگزاری خاموش است، حتی اگر از جشنواره‌های پرزرق‌وبرق وصاحب بودجه‌ای چشمگیر باشد؛ ولی گاهی تاثیر یک جشنواره معمولی با طرح و ایده، چراغی پرفروغ است.

گفتگو با صابر شیخ‌رضایی، جوان اول گرافیک جشنواره‌های ایران

پست‌های اجاره‌ای در مدیریت فرهنگی

ذالکی / وحیدی- محمدصابر شیخ‌رضایی فارغ‌التحصیل رشته گرافیک از هنرستان هنرهای تجسمی پسران و کارشناسی ارتباط تصویری از دانشکده هنر دانشگاه شاهد و از فعالان جوان طراحی گرافیک، تصویرسازی و عکاسی است. کسب عناوین برتر بیش از ۴۰ رقابت هنری ملی و بین‌المللی از جمله دوسالانه بین‌المللی گرافیک جهان اسلام، دوسالانه جهانی پوستر تهران، جشنواره هنرهای معاصر اسلامی، جشن تصویر سال، مسابقه جهانی هنر، ورزش، المپیک، جشنواره پوستر پایداری، سوگواری هنر عاشورایی، جشنواره مطبوعات کودک ونوجوان و جشنواره عدالت و امید از افتخارات اوست. وی از سال ۱۳۸۲ تاکنون در بیش از صد نمایشگاه به‌صورت رقابتی برگزارشده صاحب آثار بوده و هنرمند مدعو در نمایشگاه‌هایی چون جشنواره جهانی هنر مقاومت، جشنواره بین‌المللی هنرهای تجسمی فجر، جشنواره طراحی نشانه نوشته فیلم سینمایی محمدرسول ا... (ص) را در کارنامه خود دارد. گفتنی است او در سال ۱۳۸۷ در جشنواره «قابی برای جوانی» به‌عنوان یکی از ۲۵ جوان موفق استان تهران در شاخه هنر، انتخاب و معرفی گردید. طراحی گرافیک و مدیریت هنری ده‌ها کمپین و پروژه تبلیغات فرهنگی در سطح ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی، داوری جشنواره‌های ملی و بین‌المللی، همکاری با ناشران و رسانه‌های مطبوعاتی چاپی و الکترونیکی و تدریس هنر از دیگر فعالیت‌های اوست.

■

عدم آموزش صحیح توسط آموزشگاه‌های فعال چه تاثیری در هنر گرافیک داشته‌است؟

نقش پایه آموزش اول مربوط به مدارس است و استعدادیابی و توانایی‌سنجی دانش‌آموزان و جستجوی علاقه ایشان به مقوله‌های هنری، سپس نقش هنرستان‌ها و مراکز ثانویه آموزش هنر است که نقش آموزش‌وپرورش و وزارت ارشاد در اینجا قابل بررسی است و سپس فضاهای دانشگاهی که وزارت علوم و تحقیقات نقش ایفا می‌کنند. آموزشگاه‌ها جریانی به موازات همین سیر آموزشی است که قطعا به‌واسطه سطح نگاه گردانندگان این آموزشگاه‌ها مسیر خود را طی می‌کنند و اغلب به حیطه توانایی‌های تکنیکی می‌پردازند و کمتر به ارائه مفاهیم محتوایی و آموزش‌های بنیادین هنری.

■

چرا در میان هنرهای تجسمی، نمایشگاه‌های پوستر به‌نسبت نمایشگاه‌های نقاشی کمتر در گالری‌ها دیده می‌شود و اگر هم باشد با اقبال کمی از جانب مخاطب روبه‌رو می‌شود؟

اساسا جایگاه پوستر در زندگی روزمره است و نهایتا گالری‌ها و فضاهای نصب پوستر در خیابان‌ها و مسیرهای تردد روزمره مردم. قطعا نمایشگاه‌های پوستری که در گالری‌های زیرزمینی و فضاهای محدود هنری به نمایش درمی‌آیند صرفا مخاطبان هنری خاص دارند، در حالی که پوسترها به‌واسطه وظیفه ارتباطی‌شان، نقش بسیار گسترده‌تری در جوامع ایفا می‌کنند از جمله پوسترهای فرهنگی، آموزشی، بهداشتی و سلامت و... و البته که این مقایسه و نتیجه آن امری طبیعی است. در سال‌های اخیر، تلاش‌های کم‌فروغی صورت گرفت که پوسترها از جامعه و مردم که مخاطبان اصلی هستند دور مانده و به فضای گالری‌های خصوصی و نگاه نابالغ روشن‌فکرپسند تنزل یابد و حتی تلاش‌های فراوانی توسط برخی جریان‌ها صورت گرفت که مقوله رنگ را از پوسترها بگیرند و طرح‌ها در رنگ‌مایه‌های خاکستری منتشر شوند و فضای بصری جامعه را به این سمت و سو سوق دهند که خود بحث مجزایی دارد.

البته این روزها گالری‌های خصوصی هم در مقام حامی و سفارش‌دهنده به هنرمندان نقاش برآمده‌اند و با موضوعات خاص سیاسی و فرهنگی، به‌دنبال جذب مخاطب به گالری‌های دور از دید عموم هستند.

■

کار شما چه تفاوتی با نقاشی یا طراحی‌های دیگر دارد؟ سختی‌های کار شما در چیست؟

قطعا کسی که قصد دارد با سرعت بیشتری به مقصد برسد و مسیر آسمان را طی کند، از قطار استفاده نمی‌کند. گرافیک هنر ارتباطات بصری است ضمن سرعت در انتقال محتوا. همه آثار هنری سه ضلع خلق‌کننده اثر و محتوا یا پیام و مخاطب را معمولا دارا هستند. در هنر گرافیک، ما از ابزار طراحی و تصویرگری و عکاسی نیز استفاده می‌کنیم که البته هرکدام از این هنرها هویت مستقل و جداگانه‌ای دارند، ولی این هنرها در خدمت انتقال محتوا یا پیام ما قرار می‌گیرند. ضمن اینکه ضلع چهارم، سفارش‌دهنده، نیز در هنر گرافیک هویت دارد؛ یعنی طراح گرافیک موفق در ارتباط با تعامل با سفارش‌دهنده و انتقال مناسب اطلاعات به مخاطب شکل می‌گیرد، برخلاف آنچه در هنر نقاشی، نقاش یا صاحب اثر صرفا خویش‌فرماست و مخاطب عمومی یا خصوصی برایش اولویت ندارد. البته در روزگار امروز هم نقاشان کار سفارشی انجام می‌دهند، ولی با قواعدی متفاوت با آنچه در حیطه گرافیک صورت می‌پذیرد. در هنر گرافیک هم خود طراح می‌تواند به‌صورت خویش‌فرما در جایگاه سفارش به خود قرار گیرد و خلق اثر کند، ولی باز جایگاه ویژه مخاطب انبوه و ارتباط با او اولویت دارد. ضمن اینکه گرافیک به ساده‌سازی مفاهیم و کم‌گویی و گزیده‌گویی کمک می‌کند. برای مثال، در یک فضای شلوغ مثل مترو، برای راهنمایی مسافران به یک مقصد نمی‌شد از یک تابلو نقاشی استفاده کرد. یک نشانه تصویری با رنگ و جهت به‌سرعت بیننده را به مقصودش هدایت می‌کند. اساسا گرافیک هنری برای زندگی است. سختی‌های این کار برای هنرمند طراح، با شیرینی انتقال محتوای زیبا در فرم و قالبی زیبا قابل قیاس نیست.

■

پیشرفت تکنولوژی و به‌روزشدن هر روزه دستگاه‌ها چه تاثیری در کارهای گرافیکی داشته‌است؟

پیشرفت تکنولوژی هم در عرصه تولید آثار هنری هم در عرصه بروز و نمایش آثار گرافیکی قابل‌طرح است. گسترش روزافزون نرم‌افزارها به خلق فضاهای جدیدتر بصری بسیار کمک کرده که البته نباید از دانش پایه‌ای و مبانی ارتباطات بصری غافل شد. خلق فضاهایی که در گذشته نیاز به ممارست و توانمندی‌های اجرایی یا اشراف به تکنیک‌های عکاسی و لیتوگرافی و صرف زمان بالایی از سوی طراحان داشت، امروزه با نرم‌افزارهای دوبعدی و سه‌بعدی بسیار سریع‌تر و باکیفیت‌تر قابل اجراست. در حیطه نمایش آثار نیز تکنولوژی خدمات ویژه‌ای را پیش‌روی طراحان گشوده از جمله تابلوهای بزرگ چاپی برای نمایش آثار گرافیکی، صفحه‌های نمایشگر الکترونیکی در ابعاد مختلف، از قطع موبایل و تبلت‌ها گرفته تا نماهای وسیع دیوار ساختمان‌های تجاری، نمایش‌های نوری به‌واسطه تاباندن نور بر سطوح آنالیزشده ساختمان‌ها (project mapping) و بناهای فرهنگی و تاریخی، نمایش آثار چاپی بر سطوح روزمره شهری از جمله این نمونه‌هاست.

■

برای جلوگیری از کپی چه باید کرد؟ فضای مجازی و دسترسی آسان به شبکه‌های مجازی چه تاثیری در خلاقیت‌های موسمی و کارهای گرافیکی داشته‌است؟

البته کپی با ارجاع‌دادن مخاطب به یک اثر هنری معروف یا الگوگرفتن خلاقانه تفاوت‌هایی دارد که بحثی تخصصی است، ولی کپی کردن صرف تکرار عناصر محتوایی و بصری یک طرح دیگر، آماده‌خواری و عدم خلاقیت یا دزدی بسیار مذموم است و باعث درجازدن هنر کشور، هم از زاویه فرهنگی و هم از حیث تربیتی مطرح می‌شود، به شکلی که از دوران آموزش‌های پایه هنری باید به هنرجویان آموخت که این امر مذموم است و آموزش‌ها با این دیدگاه همراه شود که کپی کردن یک دزدی ناشیانه هنری و کم‌ارزش و از نظرگاه اخلاقی، غیرعقلانی و نازیباست و قابل‌دفاع نیست. چه بسا که دیده شده در دانشگاه‌ها برخی استادان کم‌توان و ناتوان هنری اثر هنری خوب را «سرقت موفق» اعلام می‌دارند و قطعا دانشجویان این استاد وضعیتشان مشخص است. جنبه دیگر بحث اجتماعی این موضوع است و قوانین بازدارنده دستگاه‌های حاکم فرهنگی-هنری است که شامل موضوعاتی چون رعایت حقوق مولف و کپی‌رایت و غیره است که در آثار گرافیکی زیرمجموعه‌های فراوانی چون کپی ایده طرح، کپی شعار تبلیغاتی طرح، کپی عناصر تشکیل‌دهنده طرح و... قابل‌بحث است.

■

کدام یک از کشورهای جهان در هنر گرافیک فعال و موفق‌اند؟ علت موفقیت و پیشروبودن آن‌ها را در چه می‌دانید؟

کشورهایی نظیر سوئیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، روسیه، لهستان، ژاپن، چین، تایوان، آمریکا، مکزیک و استرالیا در این حیطه پیشرو هستند و زیرساخت‌های فراوانی در حیطه تولیدات فرهنگی از جمله گرافیک فرهنگی و تجاری در آن کشورها نهادینه شده است. در حیطه مدیریت فرهنگی-هنری قطعا چنانکه از خروجی‌های تصویری این کشورها پیداست و همچنین مشاهده فعالیت‌های مستمر فرهنگی مانند برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها و فستیوال‌های باکیفیت هنری و نه صرفا کمّی و نه به قصد ارائه بیلان کار، گواه این مسیر درست است.

در بحث نقد یا تبیین اصول و فروع مدیریت فرهنگی، اصلا نمی‌خواهم وارد شوم، ولی فقط صرف فتح‌باب می‌شود به این موضوع مهم اشاره کرد که نظم و عدالت بیشتری نسبت به داخل برقرار است؛ یعنی آن مدیر و حتی زیردستانش درست جایی که باید باشند هستند، به‌واسطه دانش و توانمندی‌ها و تجربه مدیریت هنری آن شاخه هنری و نه صرفا روابط غیرمالوف، نه رفاقت‌های تشکیلاتی و نه سلایق حزبی و سیاسی. قطعا مدیر فرهنگی در هریک از عرصه‌های موسیقی، سینما، تئاتر، گرافیک، عکاسی و دیگر هنرها یا از دانش‌آموختگان آن هنرهاست یا درفهم و درک مسائل موجود در آن رشته‌ها صاحب تجربه با تکیه بر نظر هنرمندان آن رشته‌هاست.

مدیریت فرهنگی جای افرادی که صرفا اجاره‌نشین میزها و پست‌های فرهنگی هستند نیست. برای مثال، قطعا شخصی که در عمر ۵۰ ساله‌اش فقط یک‌بار به سینما رفته را مسئول مهم‌ترین پایگاه تولیدات سینمایی یک کشور نمی‌کنند، هرچقدر هم که شخص موردوثوق و مومنی باشد از حیث اخلاقی و شخصی. البته این از نگاه کلان مسئولان به عرصه فرهنگ و هنر نشئت می‌گیرد و کم‌اهمیت‌بودن این امر مهم و حیاتی در ایران.

بگذریم که نگاه دولت‌های متفاوت هم به مقوله فرهنگ سطحی و عمیق نبوده و قطع بودجه فعالیت‌های فرهنگی و هنری هم جای خود دارد. بعضی‌ها فقط شعار می‌دهند که ما به دنبال فرهنگ هستیم. بعد، یک‌باره می‌بینیم که درگیر یک روند صرفا تجاری و اقتصادی در جهت مخالف با فرهنگ می‌شوند و این نشان می‌دهد که این افراد با خودشان و مردم و آرمان‌هایشان روراست نیستند و اهل دروغند.

عکس: پوستر تحریف امام(ره) اثر صابر شیخ‌رضایی

بعضی‌ها شعار فرهنگ می‌دهند، اما اقتصادی نگاه می‌کنند!

■

با توجه به اینکه بارها داور جشنواره‌های مختلف را در برنامه کاری‌تان داشته‌اید، تاثیر این جشنواره‌ را چطور می‌بینید؟

قطعا جشنواره‌ها میدانی هستند برای کسب تجربه و رقابت سالم و یادگیری و تضارب آرای هنرمندان، در این مسیر جشنواره‌هایی که برنامه‌ریزی صحیح‌تری دارند چه قبل از برگزاری جشنواره، چه حین برگزاری و چه پس از برگزاری، موفق‌تر هستند و منشا تحولات خیر بیشتری می‌شوند. این جشنواره‌ها براساس افق از پیش تعریف‌شده‌شان تاثیرگذاری‌های متفاوتی هم دارند. گاهی چراغ یک جشنواره حتی در همان حین برگزاری خاموش است، حتی اگر از جشنواره‌ای پرزرق‌وبرق باشد و صاحب بودجه‌های چشمگیر، چون برنامه در راس کار نبوده، ولی گاهی تاثیر یک جشنواره معمولی با طرح و ایده، چراغی پرفروغ است برای سالیان متمادی و زبان‌زد هنرمندان آن عرصه‌ها. می‌شود با برنامه‌ریزی کارگاه‌های آموزشی توسط داوران و استادان آن جشنواره، حمایت مستمر پس از برگزاری از برگزیدگان از جمله اعطای بورس‌های علمی و آموزشی و حتی عقد قراردادهای تولید اثر هنری با برگزیدگان آن جشنواره و حمایت‌های واقعی و نه صرفا شعاری بر تاثیرگذاری جشنواره‌ها فزود.

■

چرا کارهای گرافیکی مذهبی اصولا از دید مردم شبیه به هم هستند؟

سابقه گرافیک مذهبی در ایران قدمت دارد و قبل از انقلاب هم پوسترهایی با موضوعات جلسات مذهبی و نمایش‌های آیینی چون تعزیه و همچنین طرح جلد کتاب‌های مذهبی وجود داشته، اما در فضای گرافیک مذهبی آثار خوب کمی داریم. متاسفانه در این زمینه، بیش از حد به کمیت پرداخته شده، اما جای کار عمیق‌تر و تکیه بر محتوا هم‌چنان وجود دارد. از طرفی، به‌خاطر تنبلی هنرمندان نیز هست، هم در زاویه نگاه به موضوعات مذهبی و طرح و ایده و هم طرح و خلق عناصر بصری جدید در ارتباط با موضوعات فوق‌الذکر و تکرارزدگی خالقان آثار. قطعا باید با زبان زمانه پیش رفت، در عین حال که می‌شود از نمونه‌های هنرهای سنتی الگوگیری‌هایی کرد و آن‌ها را با بیانی نو تلفیق کرد یا از نو المان‌ها و نمادهایی جدید ایجاد کرد.

■

آینده هنر گرافیک کشور را چگونه می‌بینید؟ کسانی که در مخالفت با آرمان‌های نظام کار می‌کنند قوی‌تر هستند یا دوستان همسو؟

ما معدود کارهای موفقی داشتیم، ولی در مقایسه، فاصله بسیار است. امیدوارم هرروز شاهد موفقیت‌های همه هنرمندان طراح گرافیک در همه زیرشاخه‌هایش باشیم و این درخت تنومند و پرشاخ‌وبرگ پرثمر هم باشد. صرفا سایه ندهد و صرفا خوش‌منظر نباشد. میوه هم بدهد و منشا خیر بیشتری باشد.

این مقایسه هم به همان زیرساخت‌ها و اهداف و برنامه‌های پیش‌رو و تعیین مقصد و افق از سمت موثرین بستگی دارد. هر مجموعه‌ای با هر آرمان و نظام فکری که منسجم‌تر و منظم‌تر و سخت‌کوش‌تر عمل کند، قطعا پیروز است و بالعکس. انتخاب هدف، تلاش و ممارست برای رسیدن به هدف، بررسی کاستی‌ها و رفع آن‌ها و توجه به فعالیت‌های دشمنانه اغیار، همگی از سنت‌های الهی است که خداوند تقدیرات بشر در همه سرزمین‌ها را طبق همین سنت‌ها به پیش می‌برد. ان‌شاءا... که ما هم به خودمان بیایم و صرفا تاثیرپذیر یا پاسخ‌گوینده فعالیت‌های دیگران نباشیم و از حالت تدافعی برای بیان اندیشه‌ها و معارفمان بیرون بیاییم، چرا که فرهنگ اسلامی ذاتا بر پایه ارتباطات و دعوت و تبلیغ و تبیین شکل گرفته و گرافیک، این زبان مهم تصویری و هنر زندگی، نقشی بسیار مهم ایفا می‌کند.

معرفی

در دانشگاه فضای مطلوب علمی نداریم

کمی از خودتان بگویید.

محمدصابر شیخ‌رضایی متولد ۶۴ در تهران هستم، طراح گرافیک و عکاس و تصویرگر. از سال ۸۱ کارم را از هنرستان تجسمی پسران تهران شروع کردم و بعد هم تحصیل در دانشگاه و ۱۳ سال است که در همین فضای هنری مشغول هستم. تصورم این بود که فضای دانشگاهی می‌تواند کمک‌کننده باشد، اما در دانشگاه مطلب قابل‌توجهی افزون بر مسائل فراگرفته‌شده از زمان هنرستان وجود نداشت، جز چند کلاس محدود که کارگاهی برگزار می‌شد. عمده دانشگاه‌ها از گردش علمی عقب مانده‌اند و مطالبی را در طول چهارسال با دانشجویان کار می‌کنند که اصلا کاربردیِ این رشته‌ها نیست. مثلا در دانشگاه ما استادی بود که اکثر واحدهای درسی رشته گرافیک را به‌ناشایست غصب کرده‌بود و تدریس می‌کرد، ولی خودش در طول ۳۰ سال فعالیت، پنج پوستر هم طراحی نکرده‌بود. ما می‌بینیم سالانه حدود ۴ هزار فارغ‌التحصیل داریم که اگر بر فرض، ۷۰ درصد این افراد جذب گرافیک تجاری و ۳۰ درصد هم جذب گرافیک فرهنگی شده باشند، نباید چنین فضای نامطلوبی در فضای بصری جامعه رخ می‌داد! در حال حاضر، فقدان کارهای خوب زیاد حس می‌شود. خود من در مقطع کارشناسی سه دانشگاه را تجربه کردم. متاسفانه فضای هنری دانشگاه‌های ما این پویایی را ندارند که حداقل این دوره‌های آموزشی، چه آن‌هایی که برایش پول داده‌اند و چه کسانی که در دانشگاه‌های دولتی تحصیل می‌کنند، از زمان صرف‌شده بهره ببرند و خروجی خاصی داشته باشد و اکثرا دانشجویان تغییر رشته داده و به دنبال مشاغل دیگر می‌روند. شاید از این چندهزار خروجی دانشگاه، ۲۰ یا ۳۰ نفر فعال کشوری باشند.

■

از چه وقت وارد بازار کار شدید؟

من از همان سال آغازین هنرآموزی در هنرستان هنرهای تجسمی پسران، به‌واسطه آموزش‌های مفید و کاربردی وارد کار هنری درآمدزا یا اصطلاحا بازارکار شدم و برای چند ناشر نوپا طرح جلد کتاب طراحی کردم و همچنین آن اوایل، تجارب خوبی در فضای طراحی لوگو و تایپوگرافی داشتم. بعدها در فضای دانشگاهی به‌واسطه توانمندی در طراحی و تصویرگری، در چند شرکت تولید انیمیشن در زمینه طراحی استوری‌بورد و طراحی پس‌زمینه کار کردم و نیز به دنبال علایق شخصی و انجام سفارشات در حیطه طراحی گرافیک و تصویرگری و عکاسی بودم و در همین حین هم برای محک‌زدن خودم، در جشنواره‌های زیادی شرکت می‌کردم و رتبه آوردم و تجربه کسب کردم.

■

حرفه‌ای بودن در گرافیک به چه معناست؟

حرفه‌ای بودن یک بخشش به قواعد ارتباط حرفه‌ای بین سفارش‌دهنده و طراح گرافیک برمی‌گردد و بخش دیگر به کیفیت اثرگذاری محصول تولیدشده در ارتباط با مخاطب و تعیین سطح تاثیرگذاری. طراح حرفه‌ای یعنی کسی که وقتی کارش را می‌بینیم، متوجه بشویم که کار از خودش جوشیده است و استخراج شده از داشته‌های فرهنگ جامعه خودش است و اصیل است، اما متاسفانه خیلی از کارهایی که می‌بینیم صرفا کپی است و حتی از نظر اجرای کپی هم حرفه‌ای نیستند. عجیب‌تر اینکه حتی با سیاست‌بازی و بنا به برخی زدوبندها، تبلیغات وسیعی هم بر روی آن کار می‌شود.

■

شما با سایت مقام معظم رهبری هم کار می‌کنید؟

بله، توفیق بوده چند تجربه موفق با دوستان سخت‌کوش و پرتلاش و بی‌ادعای آن مجموعه داشته‌باشم. بیانات رهبر را آن‌طور که پسندیده‌تر است طراحی می‌کنم و سعی‌ام هم بر این است که دیدگاه‌های متنوع را در نظر داشته‌باشم. رهبری جامعه متعلق به همه است و من هم طبق این الگو، برای سلایق بصری و تصویری متفاوتی خلق اثر کرده‌ام و سعی می‌کنم با طراحی‌های مناسب، به نشر باکیفیت‌تر دیدگاه‌های ایشان به زبان هنر بپردازم.

دیدگاه

تاریخ کهن گرافیک در ایران

وضعیت و جایگاه هنر گرافیک را در ایران چطور می‌بینید؟

وقتی صحبت از ارزیابی به میان می‌آید، می‌توانیم با دیدگاه تاریخی و در دو حیطه کمیت و کیفیت، این موضوع را در زیرشاخه‌های محتوایی و تخصصی این رشته از جمله گرافیک فرهنگی، گرافیک تجاری، گرافیک سیاسی و... بررسی کنیم. در دهه ۴۰ شمسی، هنر گرافیک تا حدی در چالش با نظرات سنت‌گرای نقاشان قرار داشت و به‌واسطه فهم غلط نقاشان و شباهت و هم‌مرزی با هنرهایی چون طراحی و تصویرسازی و اشراف‌نداشتن هنرمندان به دانش بصری روز گرافیک آن دوران به کنایه و توهین، «نقاشی بازاری» نامیده می‌شد.

■

چرا نقاشی بازاری؟

چون واسطه هنری محسوب می‌شد، برای برجسته‌سازی محصولات تجاری آن دوران و ارتباط تولیدکنندگان کالای تجاری یا فرهنگی با عامه مردم و کف بازار، با تلاش‌های استادان آن دوران و ایجاد کرسی آموزشی این رشته در دانشگاه تهران و هنرستان تجسمی پسران و نیز شکوفایی نسبی اقتصادی دهه ۵۰، گرافیک ایرانی هویتی دوباره و مستقل یافت و فاصله هنر گرافیک از نقاشی بیش از پیش نمایان شد، چنانکه به‌واسطه دیدگاه گرافیکی، ما خیلی از آثار هنری دوران پیشین تاریخ هنر ایران را واجد قواعد دانش گرافیک می‌دانیم، ولی اینجا بحث آکادمیک و به قاعده کشیدن اصول آموزشی است. در این دوران هم‌زمان با تحولات فرهنگی و سیاسی دهه ۵۰ و شکوفایی نسبی اقتصادی آن دوران، گرافیک فرهنگی و گرافیک تجاری دوشادوش هم پا به میدان گذاشتند. با وقوع انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی، فضای گرافیک ایران سمت و سوی فرهنگی و سیاسی بیشتری یافت و تحولات فراوانی در حیطه نوآوری‌های بصری با هویتی جدید و بر پایه اصول زیبایی‌شناسی ایرانی ناشی از کهن الگوهای هنر ایرانی-اسلامی شکل گرفت. با آمدن دهه ۷۰ و رونق صنایع و همچنین استقلال بیشتر مراکز فرهنگی، این رشد کمی و کیفی حالت صعودی به خود گرفت و با گسترش دوران ارتباطات مجازی و انقلاب دیجیتال، با دسترسی بیشتر به شبکه اطلاعات و داده‌های تصویری جهان به‌واسطه اینترنت و رواج کاربرد رایانه‌ها در خلق آثار تجسمی، این کمیت در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ با رشد روزافزون و بی‌سابقه‌ای مواجه شد که البته در دهه‌های اخیر، به‌واسطه همان پیشرفت یک‌باره دنیای دیجیتال و ورود افراد غیرمتخصص و عمدتا سودجو در این عرصه، کیفیت‌های بصری به‌شکل بی‌سابقه‌ای افت پیدا کرد که تربیت نسل فراوان دانش‌آموخته گرافیک در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به‌واسطه کهنه‌بودن قواعد آموزشی و بی‌ارتباطی آموخته‌ها با فضای بیرون از دانشگاه‌ها و اقتصاد پیرامون و کاهش فرصت‌های شغلی و همچنین استفاده دانشگاه‌ها از استادان کم‌تجربه و گاه ناتوان در ارائه مفاهیم آموزشی روز این رشته، به این مسئله دامن زدند.

■

دو دهه اخیر را چطور می‌بینید؟

در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ نیز فعالیت‌های جزیره‌ای برخی هنرمندان شاخص و ارائه بیان‌های نوین بصری همچون تایپوگرافی و فوتومونتاژ و تربیت هنرمندان محدود و علاقه‌مند به این استادان نیز از جریان‌های قابل‌مطالعه در گرافیک امروز ایران است.

گسترش فضای دیجیتال در زندگی روزمره نیز قواعد سابق هنر گرافیک را تحت‌الشعاع قرار داد و این نیز از فرصت‌های عصر دیجیتال است. برای مثال، همین چندسال پیش، موفقیت یک طراح و پوسترش در میزان دیده‌شدن و ارتباط با مخاطبان بود که حداکثر با تیراژ هزار یا حداکثر ۲ هزار نسخه بود، بر فرض که پوسترها در جاهای مناسب نصب می‌شد و به دست مخاطبان اصلی طرح می‌رسید، در حالی که امروزه وبگاه‌ها و شبکه‌های مجازی ارقام میلیونی و چندده میلیونی از دیده‌شدن و پسندیده‌شدن و بازنشر را در کارنامه خود دارند.